

«FREE BIRD»

Предполётная
Психологическая Помощь





ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ПРИ ПЕРЕЛЁТЕ

Психологический аспект в авиации очень важен не только для осуществления полётов (для экипажа), но и для пассажиров.





DELTA AIRLINES

Delta Air Lines — крупнейшая авиакомпания мира по трём значимым критериям (размер флота, объём пассажироперевозок и кол-во пунктов назначения), её маршрутная сеть охватывает страны Северной Америки, Южной Америки, Европы, Азии, Африки, Ближнего Востока и Карибского бассейна.





ДОБРО
ПОЖАЛОВАТЬ НА
БОРТ
Вам предложат
приветственные
коктейли и теплые
освежающие
полотенца.



ОБЕД ПОДАН
Ознакомьтесь с
меню,
включающим
увеличенные
порции закусок и
новые варианты
любимых блюд
класса Delta One.



ПРИНАДЛЕЖНОСТИ
ДЛЯ СНА
Увеличенное
количество пледов
обеспечит вам
спокойный отдых.





Delta Studio

Получите более
1 000 часов
бесплатных
фильмов,
телепередач,
музыки, игр и
многого другого.



Подключайтесь к Wi-Fi

Доступно за
дополнительную
плату на
длительных
международных
рейсах и почти на
всех внутренних
рейсах.

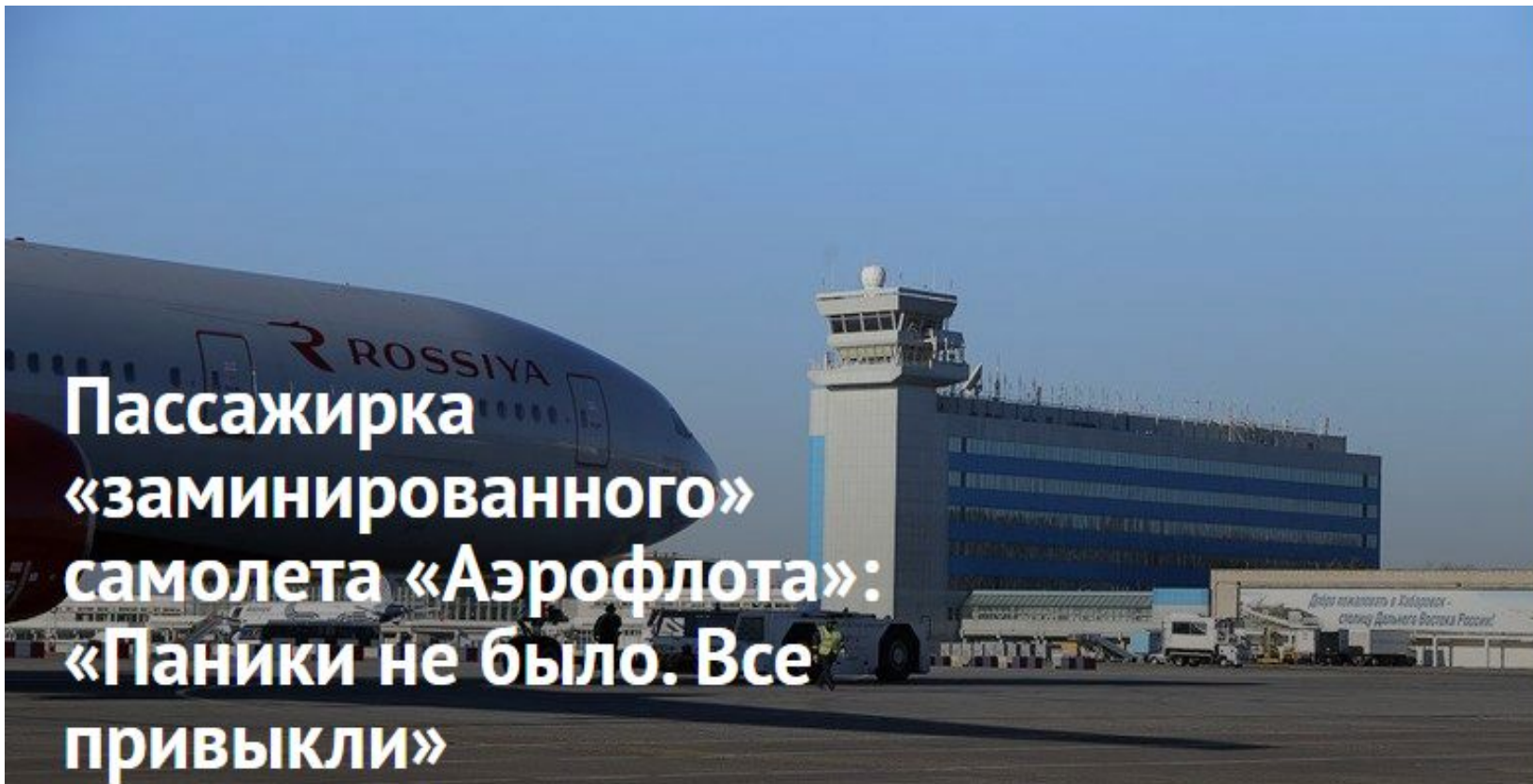


Еда и напитки

Попробуйте
свежие местные и
сезонные блюда.







**Пассажирка
«заминированного»
самолета «Аэрофлота»:
«Паники не было. Все
привыкли»**

СЛУЧАЙ В ДОМОДЕДОВ О

В авиакомпании S7 прокомментировали инцидент с неадекватным поведением пассажирки рейса Симферополь-Москва. Как отметили в авиакомпании, женщина сказала, что везет в своей сумочке взрывное устройство. В настоящий момент на земле с ней беседуют сотрудники полиции.

<https://news.rambler.ru/incidents/43593915-poyavilos-video-iz-sevshego-iz-za-ugrozy-vzryva-samoleta/>





«FREE BIRD» ПОМОЖЕТ ПОВОРОТЬ СТРАХИ!

**Компания занимается
психологической
подготовкой пассажиров
перед полётом.**

**Проводится комплекс
мероприятий для
«успокоения»
пассажиров так же и
после полёта, если такая
услуга требуется.**





КОМПЛЕКС УСЛУГ

- Информирование пассажиров о протекании полёта;
- Медицинская помощь, если она понадобится;
- Услуги профессиональных психологов;
- Предоставление лояльных статистик;



КОНКУРЕНТЫ



- **Возможными конкурентами являются бары и кофе, так как некоторые пассажиры предпочитают успокаиваться посредством алкогольных напитков или же еды.**
- **Решение: предоставление посетителям нашего офиса напитков и различной выпечки к напиткам.**



- На территории аэропортов часто размещаются различные «релакс-зоны» с массажными креслами
- Решение: разместить в кабинете несколько массажных кресел и предлагать их посетителям после тренингов и индивидуальных разговоров со специалистами





- Проблемы с аэрофобией есть не только у уже взрослых людей, но и у детей.



ЗАТРАТЫ

- Реклама
- Аренда
- Персонал
- Оборудование
- Доп. Оборудование
- Детская площадка
- Мебель



РЕКЛАМА АЭРОФЛОТ Т

СТОИМОСТЬ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ В ЖУРНАЛЕ АЭРОФЛОТ

Прайс действует с 1 января 2020 г.

Модуль	Стоимость, руб.
Без позиционирования	
полоса 1/1	840 000
разворот 2/1	1 560 000
Малые форматы	
1/2 горизонтальная (навылет, обязательно два модуля на полосе)	480 000
1/2 верт./горизонт. (один модуль на полосе)	560 000
1/3 (три модуля на полосе)	340 000



СТОИМОСТЬ БЕЗ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ	
Полоса 1/1	515 000
Разворот 2/1	955 000
МАЛЫЕ ФОРМАТЫ	
1/2 горизонтальная (навылет, два модуля на полосе)	325 000
1/2 вертикальная (навылет, один модуль на полосе)	350 000
1/3 полосы (навылет, три модуля на полосе в рекламном блоке) 1	210 000
СПЕЦПОЗИЦИИ	
4-я страница обложки	1 335 000
3-я страница обложки	725 000
1й разворот (включая вторую страницу обложки)	1 275 000
СПЕЦПОЗИЦИИ РАЗВОРОТЫ	
2-ой разворот	1 165 000
3-ий разворот	1 100 000
2/1 (перед первым редакционным материалом)	1 040 000
2/1 (первая треть)	980 000
СПЕЦПОЗИЦИИ ПОЛОСЫ	
1/1 (напротив обращения)	760 000
1/1 (рядом с выходными данными или содержанием)	690 000
1/1 (в новостях авиакомпании)	640 000
1/1 (первые 5 полос после новостей авиакомпании)	590 000
1/1 (первая треть)	560 000
1/1 (первая половина журнала)	535 000



TURIZM.RU

Реклама на главной странице

Баннер 200x300 справа на главной странице

Площадка: Портал «Turizm.ru», раздел: Главная страница при определении местоположения пользователя как Санкт-Петербург и других регионов России, формат: Баннер-небоскреб.

Располагается в правой колонке сайта.

Цена: В месяц: **10 350** руб.

Технические требования: статичный баннер должен быть предоставлен в графическом формате -Jpeg, Gif, для размещения анимированного Flash (SWF)-баннера необходимо предоставить исходник в формате fla. Ширина баннера – 200 пикселей, высота – 300 пикселей. Вес: не более 25 Кб для форматов gif, jpg, и не более 30 Кб - для Flash.



Текстово - графический блок в разделе «Эксклюзивные предложения»

Площадка: Портал «Turizm.ru», раздел: Главная страница при определении местоположения пользователя как Санкт-Петербург и других регионов России, формат: текстово-графический блок

Располагается в поле основного контента сайта в разделе «Эксклюзивные предложения». Максимальное количество блоков на данной позиции – 6 шт. Блоки находятся в ротации. Порядок показа – случайный. Блок состоит из двух частей: анонса и подробного описания, раскрывающегося при наведении мышкой.

Цена: В месяц: **7 500** руб.



АРЕНДА

С расчётом расценок Санкт-Петербург аэропорт Пулково аренда помещения на территории аэропорта обойдётся нам примерно в 1,2 тыс. за кв. метр.

И того за территорию 100 кв. м. мы будем ежемесячно платить 120 тыс. руб.

Среднегодовой пассажиропоток в международных аэропортах по типу Пулково составляет около более 52 млн пассажиров. Исходя из данных, можно подчитать ежемесячную прибыль центра (после того как мы «встанем а ноги») – около 180 тыс. в месяц.



ПЕРСОНАЛ

- Специалист (Психолог взрослый) = 40 000
- Специалист (Психолог детский) = 40 000
- Ген. Директор.
- Менеджер = 45 000
- Диспетчер = 14 200

ОБОРУДОВАНИЕ И ДОП. ОБОРУДОВАНИЕ

В целом, чтобы полностью обустроить центр на начальном этапе потребуется капитал размером в 200 тыс.



ДЕТСКИЙ УГОЛОК

Небольшой детский уголок будет стоить не больше 10 000. Данные расходы вписываются в расходы на доп. оборудование.

МЕБЕЛЬ

Вся мебель обойдётся нам в 90 000 (если приобретать её оптом)

При условии, если получится сэкономить – экономим!



НЕКОТОРЫЕ ВЫВОДЫ НА ДАННОЙ СТАДИИ РАЗРАБОТКИ

Рассуждая на тему конкурентов, я задумалась о том, что основными конкурентами на территории аэропорта являются кафетерии и непосредственно зоны отдыха. То есть пассажиры (потенциальные клиенты) обращают больше внимания именно на зоны, где можно расслабиться.

Я подумала о то, чтобы оформить территорию нашего центра больше как развлекательную зону (я уже добавила детский уголок и попробовала включить в список обслуживания клиентов элементы обслуживания кафетерия). Реклама и основной вид деятельности останутся теми же, само оформление площадки станет приятней глазу покупателя и тем самым будет привлекать клиентов уже на территории самого аэропорта.

Случай когда вид самого центра будет действовать как реклама. (Элементы маркетинга).

Как вам такая идея?

