

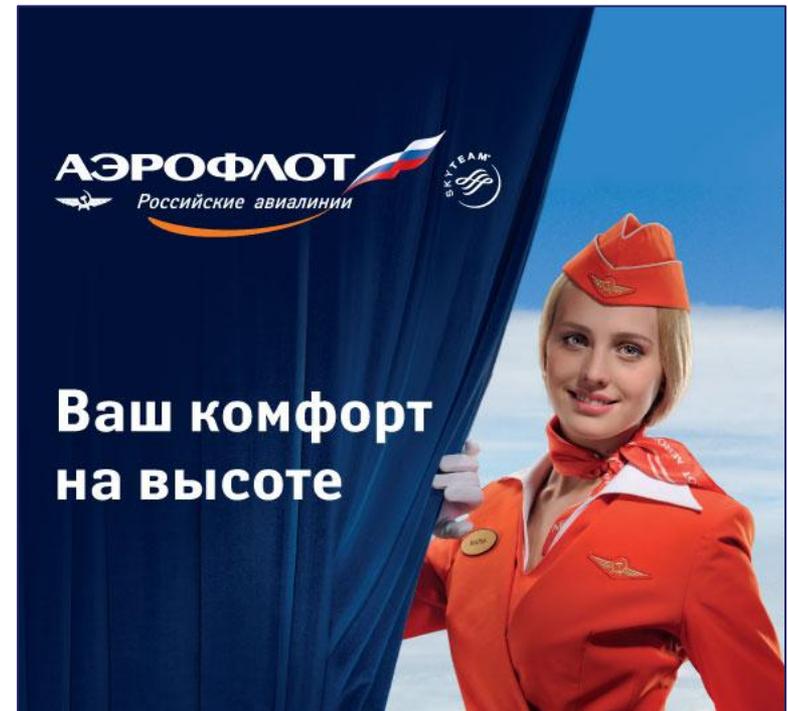


# Управление маркетингом. Offline + Online + Onboard вместо ATL + BTL.

17 октября 2012 года

Фандеев М.А.

Директор по маркетингу



Настоящий документ является внутренним документом ОАО «Аэрофлот – Российские авиалинии» и содержит конфиденциальную информацию, касающуюся бизнеса и текущего состояния ОАО «Аэрофлот – Российские авиалинии» и ее дочерних и зависимых компаний. Вся информация, содержащаяся в настоящем документе, является собственностью ОАО «Аэрофлот – Российские авиалинии». Передача данного документа какому-либо стороннему лицу неправомерна. Любое дублирование данного документа частично или полностью без предварительного разрешения «Аэрофлот – Российские авиалинии» строго запрещается.

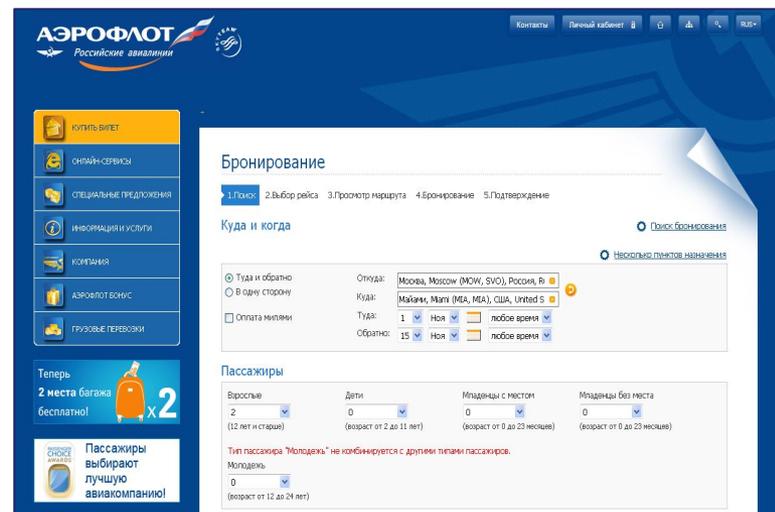
Настоящий документ был использован для сопровождения устного доклада и не содержит полного изложения данной темы.

Аэрофлот - единство традиционных и инновационных технологий, в которых маркетинг и продажи, онлайн и оффлайн тесно переплетены между собой.

**Авиакомпании** - пионеры online-продаж в современном формате. Заказ товара и покупка полностью происходят в Интернете.

При этом с точки зрения маркетинговых коммуникаций авиакомпании речь идет не только об **online** и **offline**, а еще и **onboard**.

Фактически, непосредственный контакт клиента с компанией происходит в момент получения услуги (т.е. в аэропорту и на борту – **offline** и **onboard**). Авиакомпания сама по себе является рекламным носителем: охват журнала «Аэрофлот» на борту более 60% пассажиров.



The screenshot shows the Aeroflot website's booking interface. The header includes the Aeroflot logo and navigation links like 'Контакты', 'Личный кабинет', and 'Вход'. The main content area is titled 'Бронирование' and features a progress bar with steps: 1. Поиск, 2. Выбор рейса, 3. Просмотр маршрута, 4. Бронирование, 5. Подтверждение. Below this, there are sections for 'Куда и когда' (Origin: Москва, Moscow (MOW), SVO, Россия, R; Destination: Майами, Miami (MIA, MIA), США, United S) and 'Пассажиры' (Adults: 2, Children: 0, Infants with seat: 0, Infants without seat: 0). A sidebar on the left contains menu items like 'КУПИТЬ БИЛЕТ', 'Онлайн-сервисы', 'Специальные предложения', 'Информация и услуги', 'Компания', 'Аэрофлот Бонус', and 'Грузовые перевозки'. A promotional banner at the bottom of the sidebar says 'Пассажиры выбирают лучшую авиакомпанию!'.





**Маркетинговая площадка** – самая доступная прямая коммуникация с пассажирами по всему миру. Сайт информирует о текущих новостях, демонстрирует преимущества авиакомпании, ее инновационный потенциал, призван повышать лояльность и усиливать позиции бренда. Сайт - сильный инструмент формирования имиджа авиакомпании.



**Инструмент продаж** – до 30 % продаж (а это больше половины прямых собственных продаж авиакомпании) может осуществляться онлайн. Интернет – самый дешевый, быстро развивающийся и удобный канал продаж!



**Сервисный центр** – онлайн сервисы и вся информация о компании и ее услугах. Сайт – это полный цикл обслуживания: купить билет, изменить бронирование, зарегистрироваться на рейс, оставить отзыв о работе. Для многих клиентов это единственная точка контакта с авиакомпанией до полета.

# Online - Маркетинговая площадка и сервисный центр

Сайт для авиакомпании - важный канал коммуникации с клиентом:

- информационный сервис:
  - ✓ информация о путешествии
  - ✓ правила, условия
- онлайн сервисы:
  - ✓ регистрация на рейсы
  - ✓ онлайн табло
  - ✓ сервисы «Аэрофлот-Бонус»
- имиджевая составляющая:
  - ✓ визуализация бренда
  - ✓ новости компании

## Социальные медиа:

- Площадка для общения и обращений
- Прямой канал связи с руководством компании



**Сайт Аэрофлота сегодня:**  
Более 200 000 посетителей в сутки

9 языков

Посетители из 170-ти стран  
Социальные медиа : 38 000 участников групп в SM

Более 1000 обращений в месяц

# Инструменты онлайн- продаж

- Сайт
- мобильный сайт (мобильные приложения в разработке)
- большое количество способов оплаты билетов (более 50 платежных агентов, например, Qiwi, Yandex.Деньги, Сбербанк)
- оплата по телефону через голосовую программу контакт-центра
- международная сеть онлайн-агентов и метапоисковиков
- дисконтная программа – купон на скидку при покупке билетов на сайте



...и еще более 50 онлайн банков.

# Активация «Лондон»

## Onboard:



- «**Спортивное меню**» на рейсах Москва – Лондон с 16.07 – 31.08.2012

- на борту раздавалась **сувенирная продукция**

- на рейсах размещены **листовки** с информацией об участии Аэрофлота в олимпийском движении, а также организованы специальные **объявления** – приветствия КВС



**Online:** - Информационные сообщения на сайте авиакомпании компании

## Offline:

- В аэропорту Шереметьево и в офисах продаж Аэрофлота установлены тематические **ролл-апы**

- Размещена и распространена **ко-брендинговая продукция:** календари и листовки



# Осенний sale – активация offline и online

## Online:



## Offline:

**ООН по Москве: 11 поверхностей**

**Радио : 150 выходов-19 регионов,**  
по 2 радиостанции в каждом, включая Москву. Охват 3 700 000 за неделю.

**Пресса –188 выходов 34 региона,**  
включая Москву, от 1-4 выходов в каждом регионе. Охват 4 500 000 за неделю.

**Интернет – 187 524 091 показов,**  
(включая контекстную рекламу),  
250 000 кликов + SMS рассылка +  
Рассылка для Аэрофлот-Бонус



**Летайте  
самолетами  
Аэрофлота!**

