

Sirena - уникальная экосистема продуктов авиационной дистрибуции

Савина Анна

Белек, Турция
23 октября 2024г.



SIRENA СЕЙЧАС



350 +
аэропортов
используют
ASTRA DCS

60 +
авиакомпаний
используют
Leonardo PSS

19 000 +
терминалов

10 000 +
офисов продаж

29 BSP

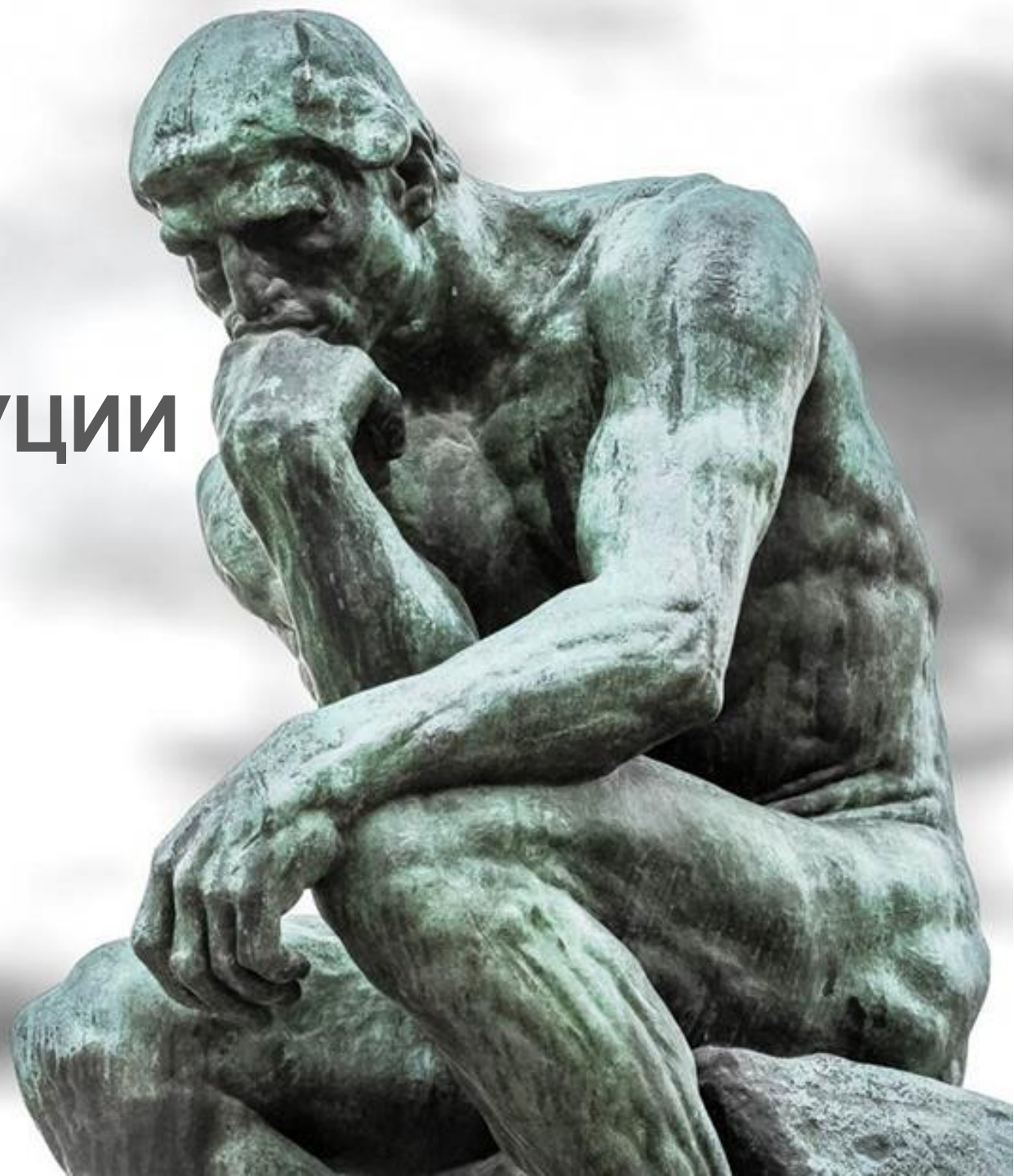
100 +
миллионов
бронирований
в год

1000 +
агентств

СТРУКТУРА БРОНИРОВАНИЙ, 2023г.



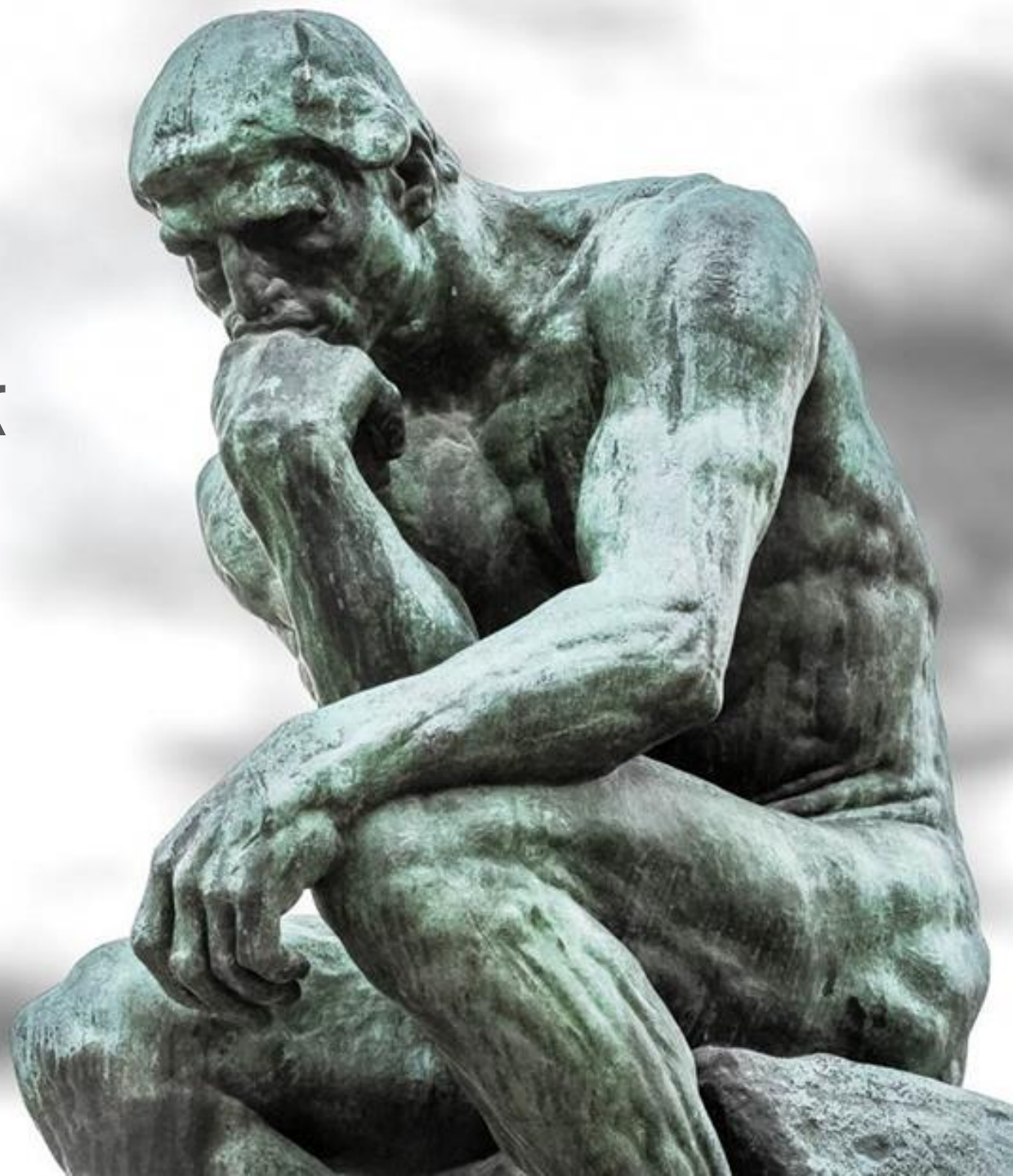
ПОГОВОРИМ О ДИСТРИБУЦИИ АВИАПЕРЕВОЗОК



ПРОДАЖА АВИАПЕРЕВОЗОК

Прямая
«собственная»

Агентская
продажа





КАНАЛЫ ПРОДАЖИ АВИАКОМПАНИИ

Собственный

Интернет-сайт
B2C

Агентство
авиакомпаний

Call - центр

Представительство

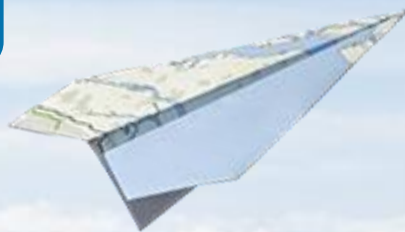
Агентский



Интернет-сайт
B2C
B2B

Авиакасса
(офис)

Функции
Call – центра
Авиакомпаний

Функции
Представительства
Авиакомпаний





Технические инструменты авиакомпаний

NDC

EDIFACT

API
Leonardo

XML SIRENA

API MixVel

Оформление авиабилета (ticketing)

Бланк

Собственный

Нейтральный

Электронный билет
ELECTRONIC TICKET
Электронный билет
ELECTRONIC TICKET

Фамилия пассажира
Name of passenger: LAZAREVSKIY/MIKE MR

Документ/Document: NP12345

Москва → Istanbul → Москва

Рейс/Flight	Вылет/Departure	Прибытие/Arrival
SU 2136	09:10 20.10.2024 Moscow Sheremetyevo G	14:15 20.10.2024 Istanbul Istanbul Airport
SU 2139	00:40 20.10.2024 Istanbul Istanbul Airport	05:15 20.10.2024 Moscow Sheremetyevo G

В пути/Travel time: 5 h 5 m

Багаж/Baggage allow: NO

Класс/Class: Economy/Q

Рейс выполняет/Flight operated by: AEROFLOT

В пути/Travel time: 4 h 35 m

Багаж/Baggage allow: NO

Класс/Class: Economy/N

Рейс выполняет/Flight operated by: AEROFLOT

Дополнительные детали/Additional details

Сведения об оплате/Payment information

Air Ticket
First Class

Gate 68 Time 10:00 Seat 22A

Origin CHICAGO

Destination

Ref. Number 234 507 000 770

Airlines Company

Gate 68 Time 10:00 Seat 22A

Origin

Destination

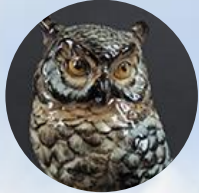
Flight Number DC 128 842

Ref. Number 234 507 000 770

First Class



Что означает термин - «собственная» продажа Авиакомпания?



1. Поиск и привлечение потенциального пассажира производится Авиакомпанией
2. Бронирование перевозок производится персоналом Авиакомпания
3. Оформление перевозки и вторичные операции производятся персоналом Авиакомпания

Невыполнение любого из данного перечня требований является основанием не считать такую продажу «собственной» продажей Авиакомпания.



Что является «агентской» продажей?



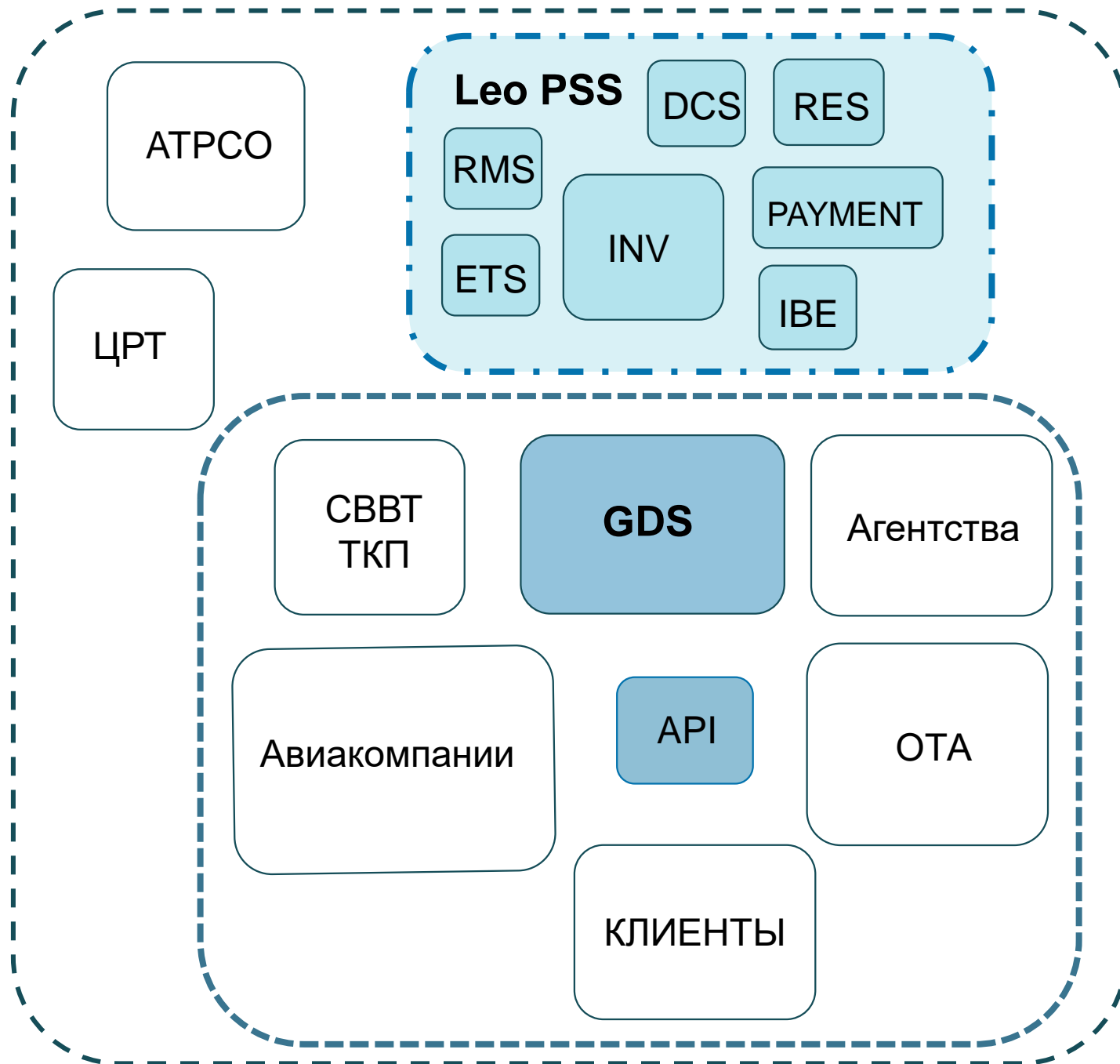
1. Агентские продажи на сайте авиакомпания - «B2B» и продажи «B2B» в мобильном приложении.
2. Продажи в представительстве, где функции представительства выполняет агентство.
3. Продажи в агентском колл-центре.



Что такое «Канал собственной продажи Участника»?



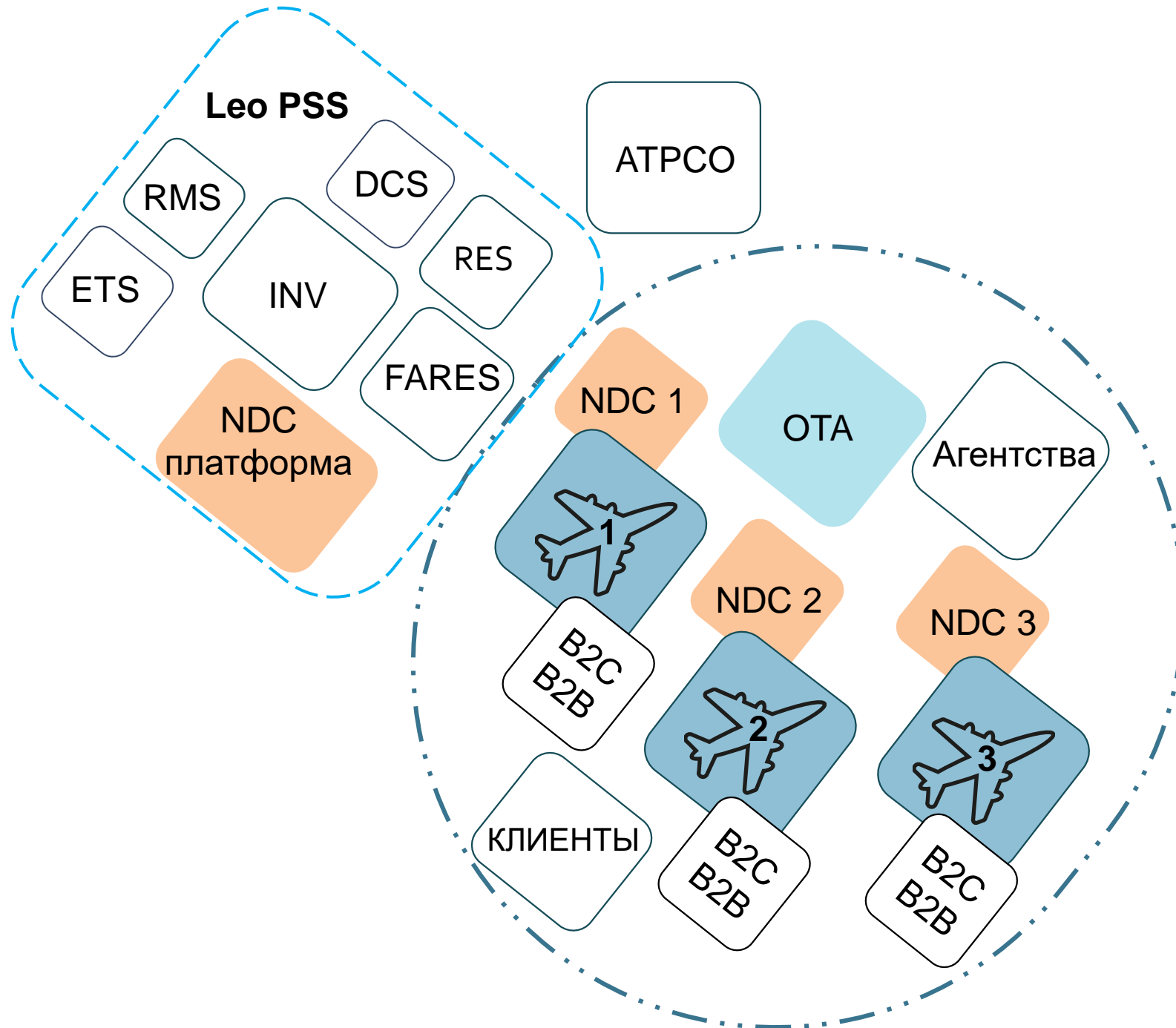
Канал собственной продажи Участника – канал продажи, в котором бронирование и оформление ЕТ и ЕМД осуществляется в инвенторной системе, в собственном сеансе авиакомпании и с использованием собственного расчетного кода авиакомпании, только через официальный сайт авиакомпании В2С, официальное мобильное В2С приложение авиакомпании, собственный контактный центр (колл-центр) и собственное представительство авиакомпании (обособленное подразделение авиакомпании, в соответствии со статьей 55 ГК, расположенное вне места его нахождения, наделенное имуществом, создавшим их юридическим лицом, и действующим на основании утвержденных им положений).



Дистрибуция Авиакомпаний через GDS:

- Агентская сеть
- Интерлайн-соглашения, М1 и М2, SPA -тарифы
- Единые правила СВВТ ТКП
- Неавиационный контент
- Единая система взаиморасчетов
- Автоматическая тарификация любой сложности через GDS

Классическая схема дистрибуции - агрегатором выступает GDS



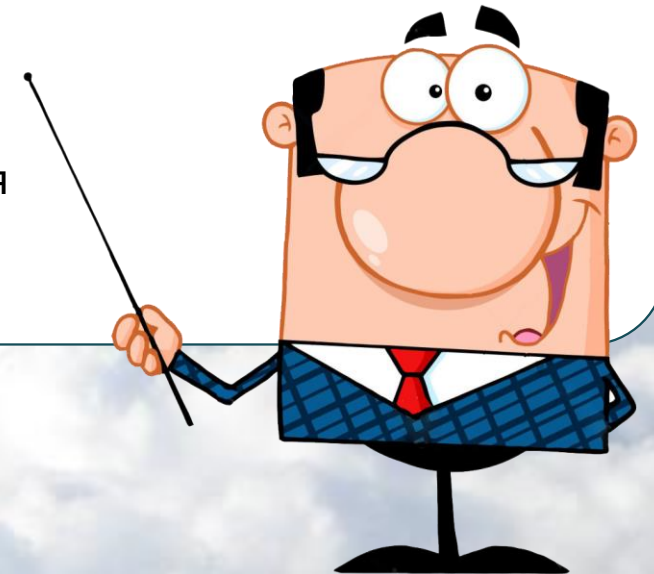
Дистрибуция Авиакомпания через NDC

- Отсутствие GDS
- Требуется интеграция со сторонними провайдерами для создания дополнительных неавиационных услуг.
- Отсутствие M1 и M2, требуется создание виртуальных интерлайнов.
- Необходимость разработки собственных инструментов IBE, B2B приложений для агентств либо использование существующих на рынке.
- Установление прямых отношений с агентствами для взаиморасчетов.

**Агрегаторами
становятся - ОТА**

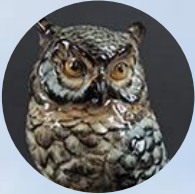
К ЧЕМУ ДОЛЖНО БЫТЬ ГОТОВЫМ ОТА?

- Затратам на интеграцию и поддержку прямых подключений NDC разных Авиакомпаний.
- Затратам на построение «виртуальных» интерлайнов Авиакомпаний, между которыми нет соглашений.
- Административным расходам на взаиморасчеты, в связи с большим количеством прямых договоров с Авиакомпаниями.
- Множеству B2B доступов и пультов, которые нужно «объединить» в единый интерфейс для использования собственным колл-центром.
- Объединению большого количества файлов статистики в back-office агентства.
- Необходимости получения банковской гарантии на каждого авиаперевозчика.
- Использование множества источников правил Авиакомпаний, которые находятся в разных местах





Какие явные преимущества использования авиакомпанией нейтрального бланка?



1. Готовая сеть аккредитованных агентств.
2. Перечисление выручки авиаперевозчику происходит по согласованному графику.
3. Отсутствует риск не получения денежных средств при банкротстве агентства.
4. Возможность использования соглашений M1 и M2.
5. Единые правила оформления документов по стандартам СВВТ ТКП для всех аккредитованных участников.
6. Использование процессинга ТКП.
7. Оформление дополнительных услуг на нейтральном ЕМД.



А какие есть еще преимущества?



1. Отсутствует необходимость заключения большого количества прямых договоров с агентствами.
2. Снижение расходов на онлайн маркетинг, благодаря использованию готовой агентской сети.
2. Агентства берут на себя расходы по оплате своих систем бронирования.
3. Экономия на разработке собственных B2B продуктов.
4. Уменьшение расходов на обслуживание клиентов, офисов продаж, бэк-офиса авиакомпании.
5. Централизация тарифов через ЦРТ.
6. Доступ к расширенному контент неавиационных дополнительных услуг, таких как страхование, аэроэкспресс, автобусы, отели и прочее.
7. ТКП проводит мониторинг и проверку оформления документов агентствами на соответствие правилам.
8. ТКП проводит проверку на соответствие местонахождения офиса агентства, ППР и валюты пультов.

КАК УЛУЧШИТЬ ПРОДАЖИ АВИАКОМПАНИИ, ИСПОЛЬЗУЯ ДИСТРИБУЦИЮ ЧЕРЕЗ GDS?

КАНАЛ ПРОДАЖ

Использовать правило «не дискриминации» канала, по сравнению с другими каналами продаж

Свободно назначать тарифы для конкретных агентств, ППР или пультов

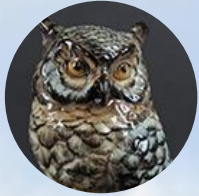
Регулировать продажи через комиссию и агентские программы

Продвигать продажи дополнительных услуг в агентском канале

Использовать все преимущества GDS на 100%



Величина сбора, установленная Авиакомпанией в Автоматизированной системе бронирования должна соответствовать стоимости услуг автоматизированных систем бронирования, определенной в соответствующих договорах между Авиакомпанией и такой автоматизированной системой бронирования в соответствии с Постановлением Правительства РФ № 1393 от 08.08.2022г. и Приказом Министерства Транспорта № 155 от 25.09.2008г.



ВЫВОДЫ:

- Собственная продажа Авиакомпания – это собственная продажа до конечного клиента.
- Построение параллельной сети дистрибуции не уменьшает расходы Авиакомпания.
- «Истинные» затраты на продажи через NDC недооцениваются авиаперевозчиками и не сильно отличаются от затрат на GDS.
- При принятии решения о приоритетном канале нужно понимать, что полное смещение в сторону агентского канала NDC – это уход от «нейтральности» GDS и «зависимость» от агентской сети.
- Использование комбинаций каналов и подключений – это лучший способ найти оптимальное решение.



Спасибо за внимание!

