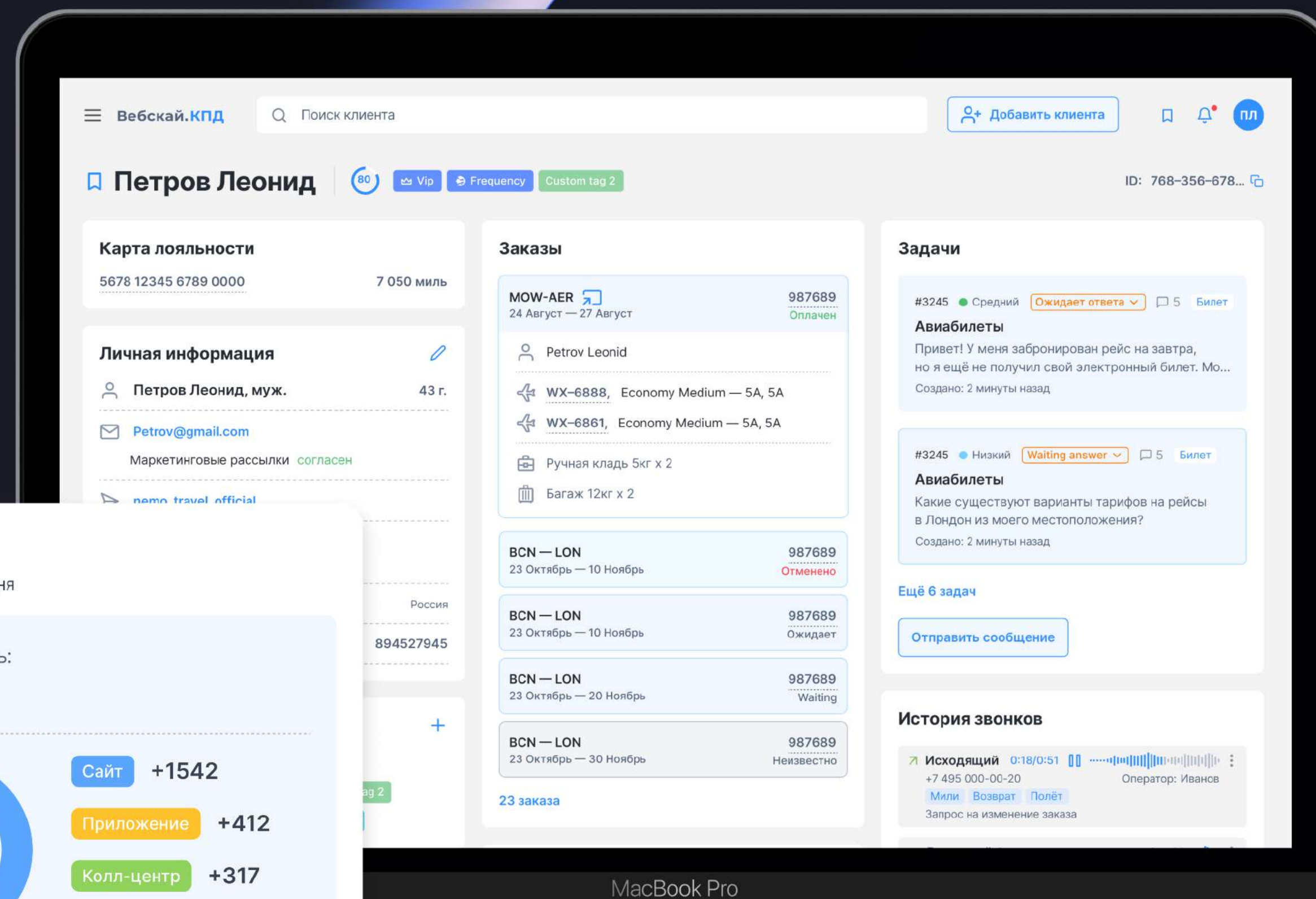
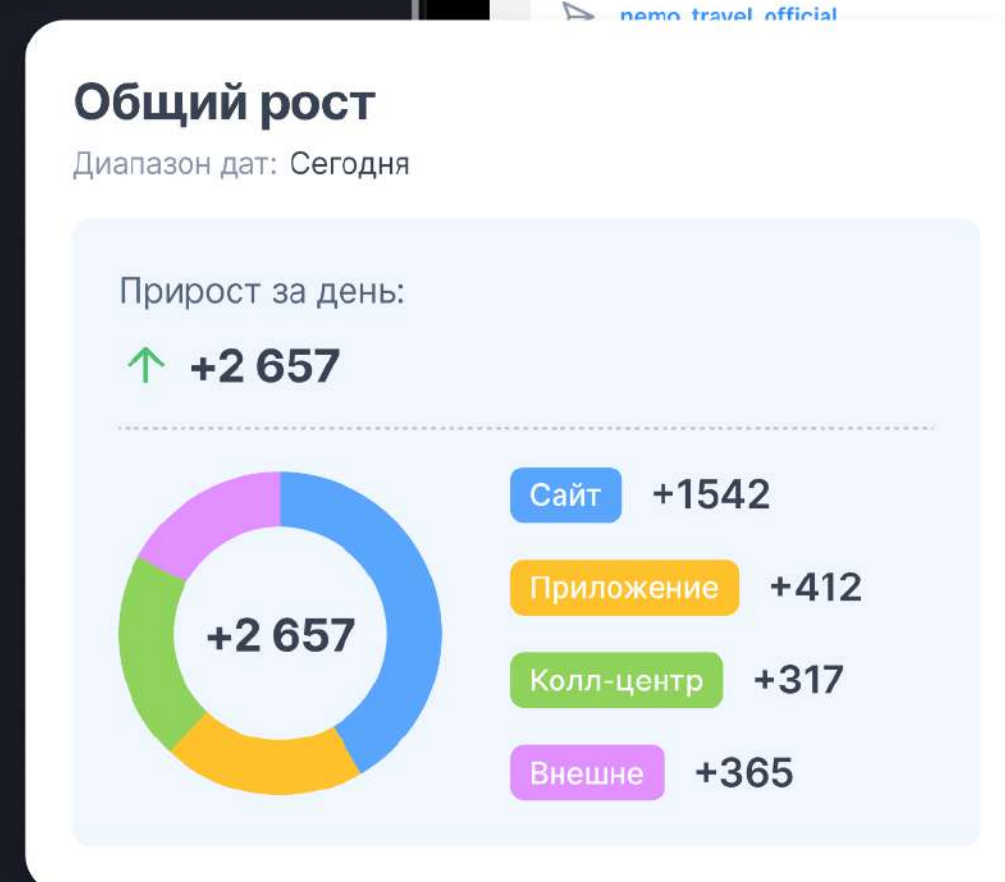


# Вебскай КПД

Качественная  
Персонализация  
на основе **Данных**



Вебскай.КПД

Петров Леонид

Карта лояльности: 5678 12345 6789 0000, 7 050 миль

Личная информация: Петров Леонид, муж., 43 г., Petrov@gmail.com

Заказы:

- MOW-AER: 24 Август — 27 Август, 987689, Оплачен
- BCN-LON: 23 Октябрь — 10 Ноябрь, 987689, Отменено
- BCN-LON: 23 Октябрь — 10 Ноябрь, 987689, Ожидает
- BCN-LON: 23 Октябрь — 20 Ноябрь, 987689, Waiting
- BCN-LON: 23 Октябрь — 30 Ноябрь, 987689, Неизвестно

Задачи:

- #3245 Средний: Ожидает ответа, 5 Билет
- #3245 Низкий: Waiting answer, 5 Билет

История звонков: Исходящий 0:18/0:51, +7 495 000-00-20, Оператор: Иванс





# Эффективность продаж и поддержки

Зависит от глубокого понимания потребностей целевой аудитории

**Вебскай. КПД** Поиск клиента

Все Мои задачи 20 Новые 25 В работе 10 Ожидают ответа 184

Добавить

Client: Byron Aston

Назначен: Не назначен, Operator 2, Operator 3

Статус: Новые, В работе, Ожидают ответа, Отклонены, Выполненные

Type: All issues, Chat, Issue

Priority

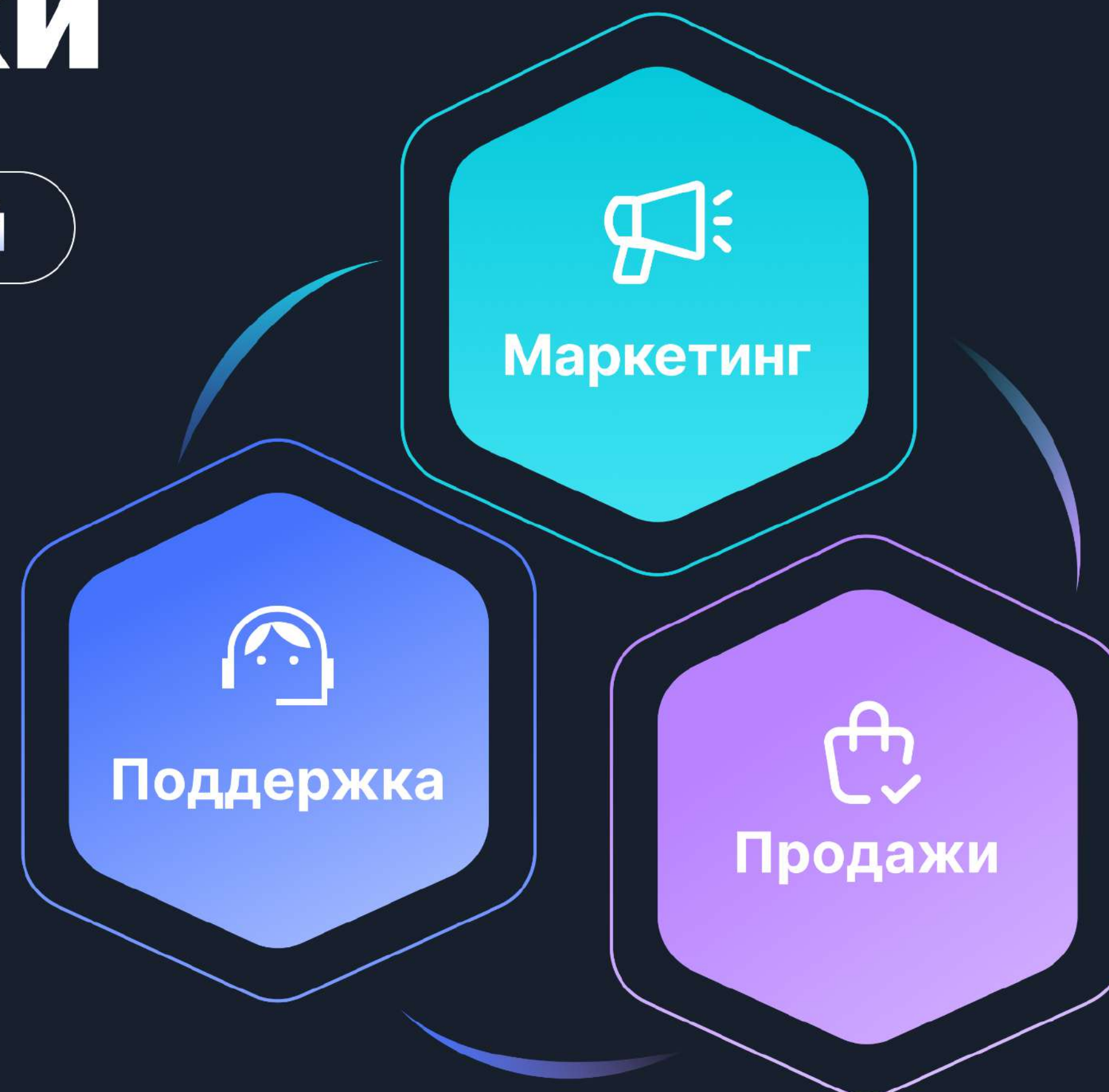
**Сводка периодических рассылок** [Перейти к периодическим рассылкам](#)

Диапазон дат: Сегодня

|                         |                |
|-------------------------|----------------|
| Всего активных рассылок | Всего запущено |
| 59                      | 447 -7%        |

|             |        |      |
|-------------|--------|------|
| Отправлено: | 87 033 | 100% |
| Получено:   | 77 459 | 89%  |
| Открыто:    | 22 591 | 33%  |
| Клики:      | 2 959  | 3%   |

|               |               |
|---------------|---------------|
| Не доставлено | Жалоб на спам |
| 457 -2%       | 127 +7%       |







# Почему CDP?

## CRM

## CDP

**Источники данных**

Взаимодействие с клиентами

**Любые источники**

**Хранение данных**

Только непосредственные действия клиентов

**Всё, что может быть использовано**

**Аналитика**

Базовая

**Полная**

**Скорость обработки**

Работа с обработанными данными

**Работа в режиме реального времени**



# Универсальные решения CDP

×

Нет готовых интеграций специфических источников данных

×

Структура хранения данных не подходит для отрасли

×

Нет бесшовных интеграций с IBE

×

Хранение данных в третьих компаниях





# X - user eXperience

## CDP (Customer Data Platform)

## CDXP (Customer Data Experience Platform)

**Основная функция**

Сбор и объединение данных из различных источников

Сбор данных, плюс управление и оптимизация клиентского опыта

**Фокус**

Данные и аналитика

Данные, аналитика и персонализированный клиентский опыт

**Аналитика**

Да

Да, с углублённым анализом для улучшения клиентского опыта

**Автоматизация маркетинга**

Ограниченная

Расширенная, с акцентом на персонализацию в реальном времени

**Клиентский опыт**

Нет, только данные

Да, управление и оптимизация клиентского пути

**Использование данных**

Для аналитики и отчётности

Для аналитики, отчётности и активного взаимодействия с клиентом

**Реакция в реальном времени**

Ограниченная

Да, активная персонализация на основе поведения клиента в реальном времени

**Примеры использования**

Объединение данных для аналитики

Создание персонализированных опытов, рекомендаций и триггерных кампаний





# Зачем это всё?



**Заработок**



**Экономия**



**Лояльность**



# Заработок

Жалобы на спам

 0

Не доставлено

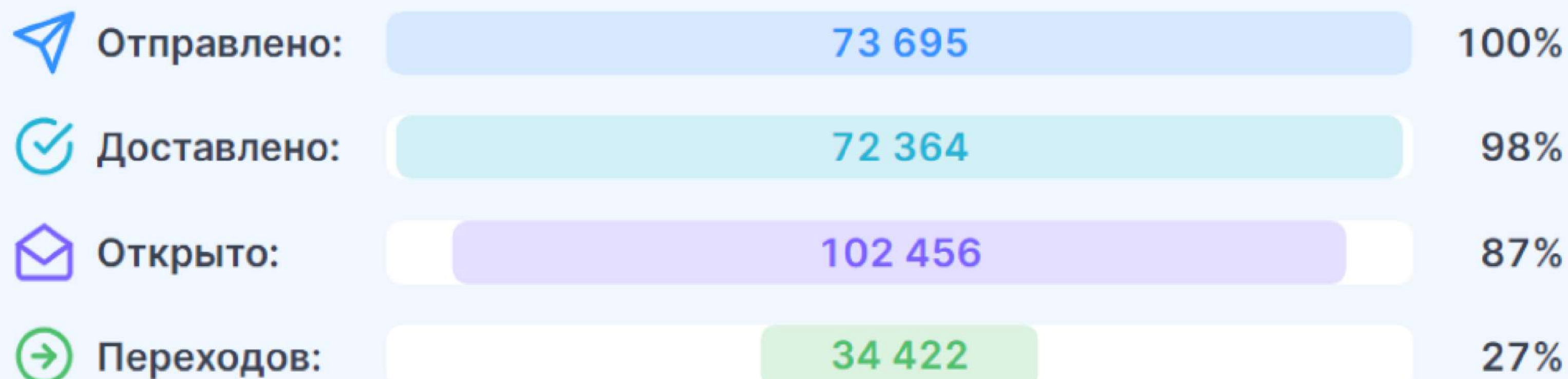
 2 330 3%

Количество покупок

 **2 174**

Сумма покупок

 **2 550 878,00 ₺**







## Заработок

1. Рассылка **Лучшие предложения для путешествий** (персонально рассчитанный для клиента набор сегментов с учётом геозон и предпочтений «look-a-like», в письмо подтягивается минимальная стоимость сегментов)  
Пуш-уведомления с целью мотивировать к покупке (Билеты на популярные направления быстро заканчиваются)

2. **Персонализированная рассылка апсейл** собственных дополнительных услуг и услуг партнёров (динамичный контент, ранжирование предложений в письме в соответствии с профилем клиента, учитывается доступность услуг в бронировании, К доходности для максимизации выручки авиакомпания)

3. Рассылка **об открытии онлайн-регистрации** с предложением дополнительных услуг

4. Серии рассылок с предложением **высокомаржинальных услуг** (“Один клик и ещё больше комфорта в полёте. Повышайте класс обслуживания на рейсе»)

5. **Брошенная корзина** (истекает срок оплаты бронирования)

6. **Ретаргетинг**

7. **Триггерная рассылка** по действиям пользователей на сайте

8. Рассылка **о проходящих акциях** (глобальные и закрытые распродажи и прочее)

9. **Платные СМС** оповещения о статусе рейса







WebSky.Paximizer Search client Add User

Back to maillist

Enter mailing title\*

1. Select type ✓ 2. Select a recipients 3. Subject 4. Template 5. Body 6. Confirmation

### Select type

**Single mailing**  
Special offers, news, flight notices, etc.

**Automated mailing**  
Set once and send right emails to the right customers in the right time.

WebSky.Paximizer Search client Add User

Consequatur nobis ipsum molestiae  
consequatur sit natus.

1. Type ✓ 2. Recipients ✓ 3. Subject 4. Template 5. Body 6. Confirmation

### Set recipients

Copy of Spring Maillist (17 aug 2022)

Покалуйста, проверьте параметры выбранного сегмента. При необходимости вы можете их изменить и сохранить как новый сегмент.

Meets all parameters  at least one

+ Add property

OR

Meets all parameters  at least one

Birthay: Range 2000 - 2004 × Tags: Does not contain Vip, Business, Family × Loyalty card: Is Empty ×

Buy Services: Does not contain Seat selection × +

OR

Meets all parameters  at least one

Birthay: Range 2000 - 2004 × Tags: Does not contain Vip, Business, Family × Loyalty card: Is Empty ×

Buy Services: Does not contain Seat selection × +

Add group +

Match 4 567 clients Save changes Save segment and continue →

WebSky.Paximizer Search client Add User

Enter mailing title\*

1. Type ✓ 2. Recipients ✓ 3. Subject ✓ 4. Template ✓ 5. Body 6. Confirmation

### Select template

Template 1: Happy Birthday!

Template 2: How was your flight?

Template 3: Online registration is open

Template 4: [Placeholder]

Match 4 567 clients Save changes Continue →

WebSky.Paximizer Search client Add User

Enter mailing title\*

1. Type ✓ 2. Select a recipients ✓ 3. Subject ✓ 4. Template ✓ 5. Body 6. Confirmation

Language: English English English English English + Add

Subject: Jack, hello! We have a great offer!

Direction around the world

Sale date 20/07 - 31/07

Date of flights 20/07 - 31/07

I wanna fly now!

WebSky.Paximizer Search client Add User

Enter mailing title\*

1. Type ✓ 2. Select a recipients ✓ 3. Subject ✓ 4. Template ✓ 5. Body 6. Confirmation

Language: English English English English English + Add

Subject: Jack, hello! We have a great offer!

### Offers

Las Vegas \$399 Duplicate Delete

Paris \$399

Barcelona \$399

I wanna fly now!

WEBSKY All rights reserved Unsubscribe

WebSky.Paximizer Search client Add User

Enter mailing title\*

1. Type ✓ 2. Recipients ✓ 3. Subject ✓ 4. Template ✓ 5. Body ✓ 6. Confirmation

Current status: **Completed**  
Completed 2 days ago

Consequatur nobis ipsum molestiae consequatur sit natus. Aliquam consequatur praesentium quia aut itaque nam similique est. Quibusdam aut repudiandae et aut et asperiores. Nam et nostrum facilis repudiandae repellendus. Assumenda officis perferendis et hic.

Type: One-time Change type

Segment: frequent flyers (4 567 recipients) Edit segment

Subject: Jack, hello! We have a great offer! Edit

Preheader: Nam et nostrum facilis repudiandae repellendus. Assumenda officis perferendis et hic.

From: Websky <info@websky.tech>

Content: [Preview of the email content]

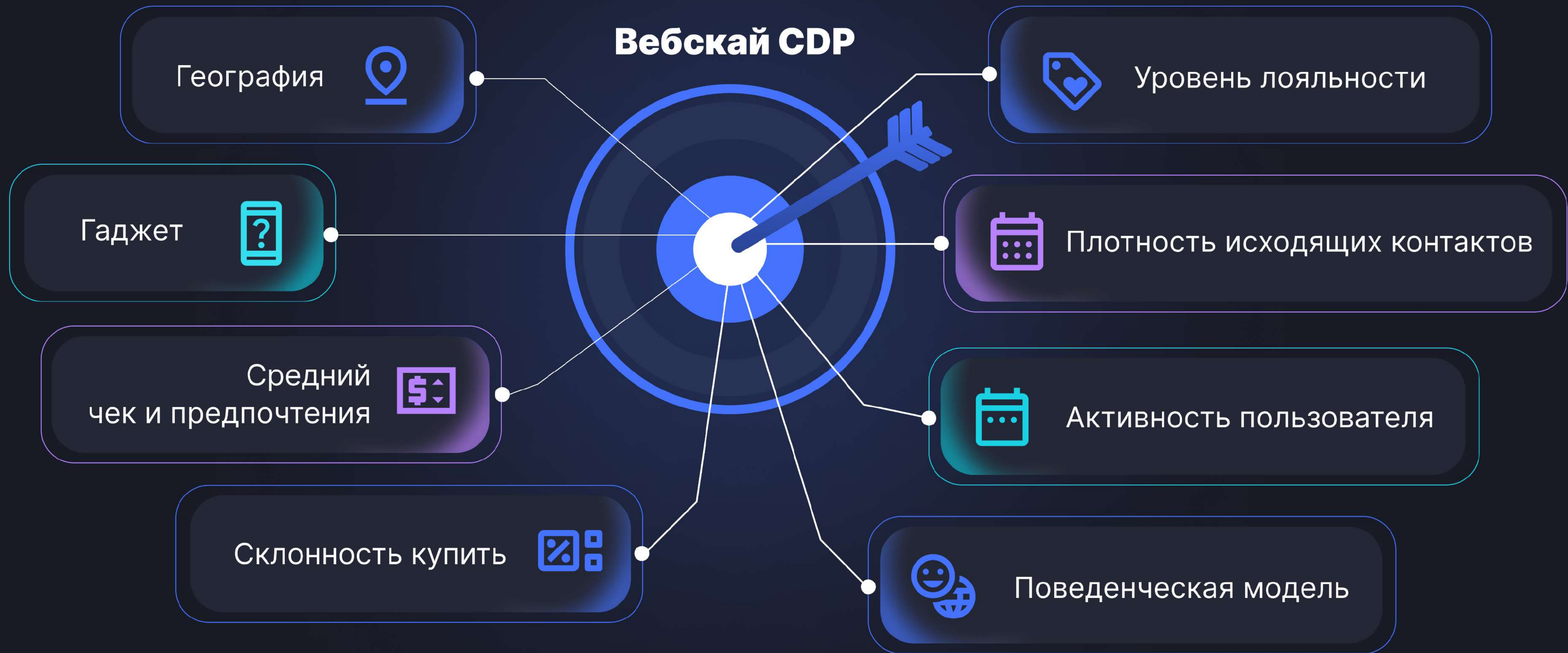
Make a copy Statistics



# Точно в цель



## Вебсай CDP







# ЭКОНОМИЯ



Комплексный продукт all-in-one, сокращение накладных расходов



Оптимизация затрат по каналам



Автоматизация приёма обращений



Автоматизация ответов на обращения (на 75% быстрее обработка обращений)



Оmnиканальность



# Лояльность



Основная причина, по которой лояльность к бренду так важна для прибыльности, проста: **65% выручки компаний поступает от повторного бизнеса** с существующими клиентами.

Annex Cloud. This Year's Most Important Customer Loyalty Statistics

Удержание текущих клиентов **в пять раз дешевле**, чем привлечение новых.

Philip Kotler

Лояльные клиенты являются вашими **наиболее ценными активами**, и управление этим активом должно быть вашим главным приоритетом.

Фреда Райхельд

Увеличение уровня лояльности клиентов **на 5% может повысить прибыльность**.

результаты исследований  
Bain & Company

10% лучших клиентов компании заказывают **в 3 раза больше** за один заказ, чем остальные. Лучшие 1% клиентов заказывают **в 5 раз больше**, чем остальные. А после 30 месяцев лояльности клиенты тратят на 67% больше, чем при первой покупке

Bain & Company



# Лояльность



Лояльные клиенты генерируют **до 60% общего дохода авиакомпании**. Повторные продажи и дополнительные услуги (например, повышение класса обслуживания) увеличивают средний чек на 50–60% по сравнению с новыми клиентами.

Delta Airlines:

Исследования показывают, что около **77% потребителей готовы рекомендовать** бренд, если они удовлетворены своим опытом. 67% людей считают плохой клиентский опыт причиной ухода к конкурентам

thinkJar

Увеличение показателей удержания клиентов **на 5% увеличивает прибыль** как минимум на 25% и до 95%

Harvard Business School  
«The Economics of E-Loyalty»

Повышение лояльности к бренду **на 7% увеличивает пожизненную ценность** для каждого клиента на 85%

Microsoft. “Four Keys to Boosting Customer Lifetime Value.”

Творческий подход и влияние бренда определяют **70% успеха рекламной кампании**. В Southwest Airlines около 70% пассажиров возвращаются для повторных полётов

NCsolutions  
B Southwest Airlines





## Лояльность



Информационная  
рассылка о новых  
тарифах, услугах,  
сервисах



Отправка  
промокодов  
и подарков  
от партнёров



Новостная рассылка



Заботливый  
контент



NPS опросы



Мотивация  
склонных  
к оттоку  
клиентов



Реактивация  
клиентской  
базы



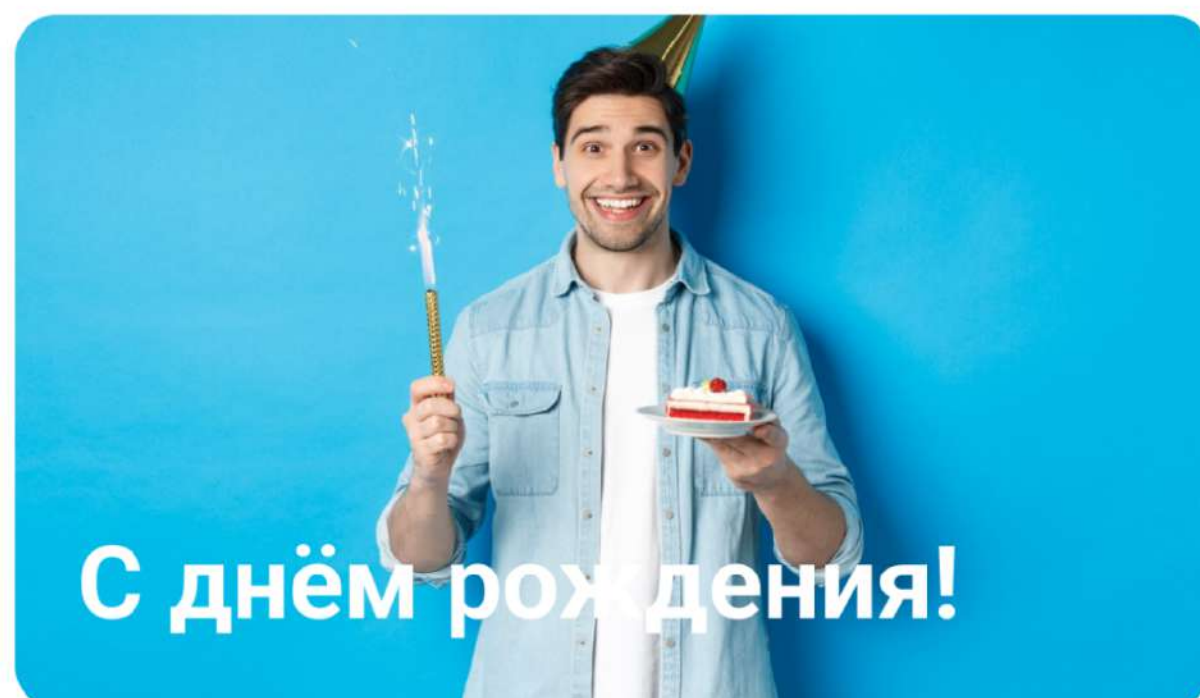
Персональные  
поздравления  
с днями  
рождения



# Привет, Андрей!



WEBSKY 



С днём рождения!

**Здравствуйте, Андрей.**

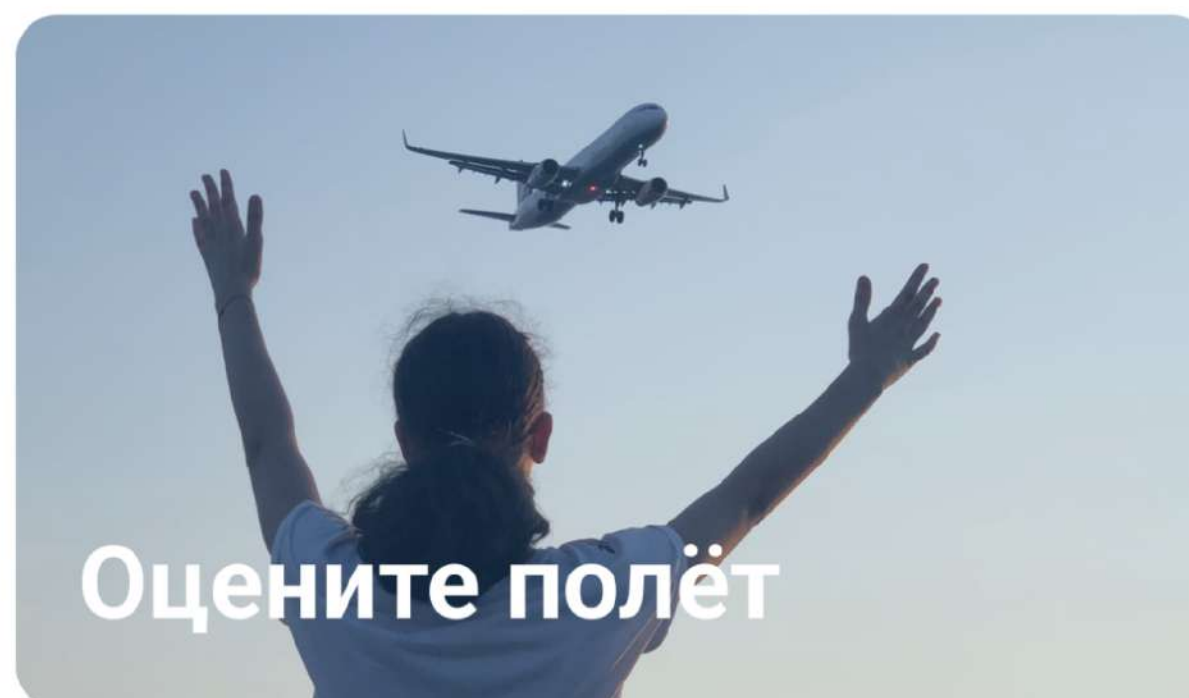
Поздравляем вас с Днём рождения!  
Желаем новых открытий и потрясающих путешествий! Отпразднуйте свой День рождения в любимом городе или там, где вы ещё не были!

**Дарим промокод на 3% скидку!**

Зарегистрируйтесь в программе лояльности WebSky и активируйте скидку

[Получить скидку](#)

WEBSKY 



Оцените полёт

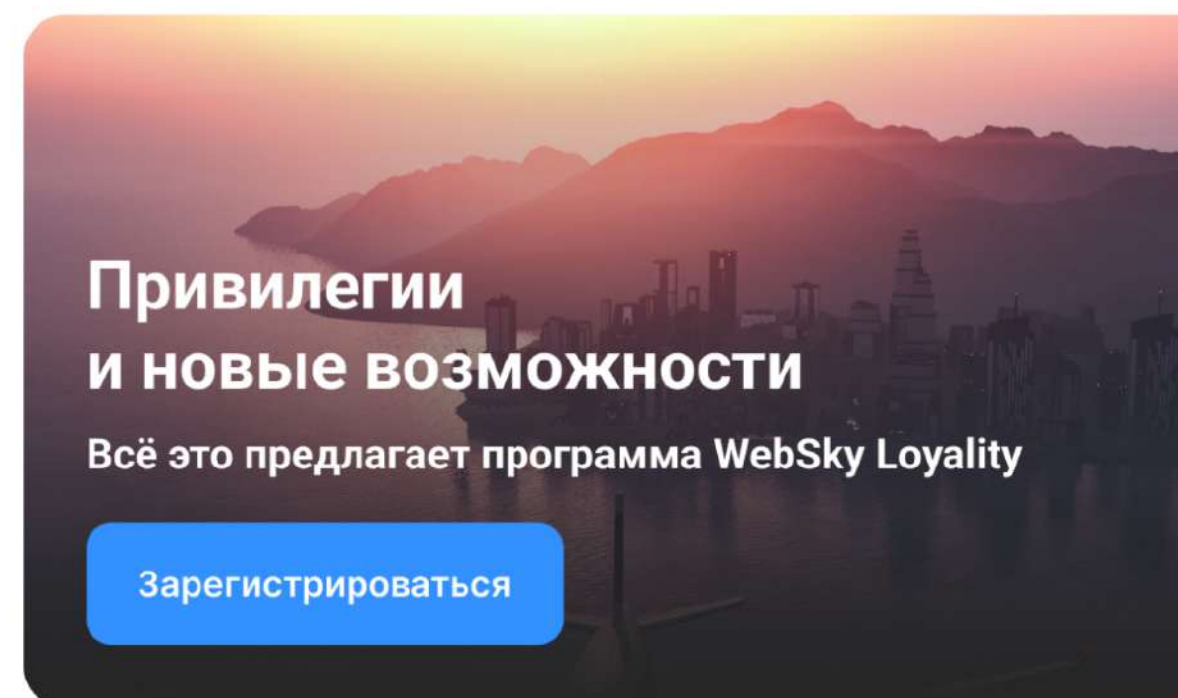
**Привет, Андрей!**  
**Как прошел ваш полет?**

Благодарим вас за полет с WebSky Airlines. Мы ценим ваше мнение и приглашаем вас рассказать нам о своем опыте, приняв участие в нашем кратком опросе.

Наши данные показывают, что вы вылетели из **BCN** в **PAR 11 января 2023 года**. Насколько вероятно, что на основании этой поездки вы порекомендуете WebSky Airlines другу или коллеге, где 1 соответствует «крайне маловероятно», а 5 — «крайне вероятно»?



WEBSKY 



**Привилегии  
и новые возможности**

Всё это предлагает программа WebSky Loyalty

[Зарегистрироваться](#)

**Подробнее о WebSky Loyalty**

Узнайте больше о программе лояльности авиакомпании WebSky, которая перевернет ваши представления о путешествиях. Участники программы получают привилегии и приятные вознаграждения, которые делают каждую поездку еще выгоднее.

**Получение миль**

Накапливайте мили на всех рейсах WebSky. Вы можете не только зарабатывать мили, летая с нашими партнерами по всему миру, но и приобретать их, дарить и увеличивать свой баланс с помощью бонусных миль.





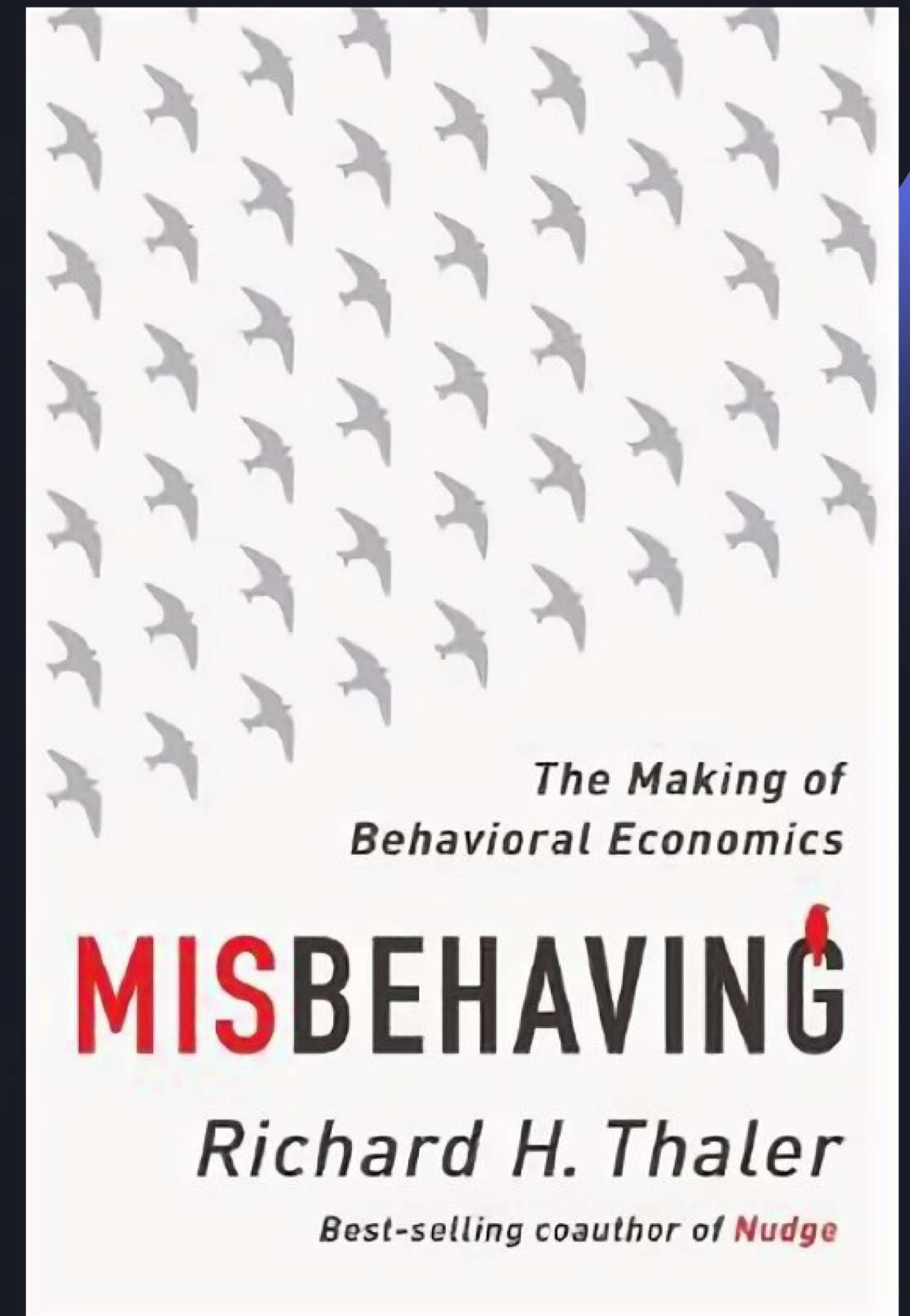


# Эмоциональные и рациональные покупатели



Мы всегда хотим поступать рационально,  
но не можем противостоять своим эмоциям.  
Причина — радость получения выгоды.

*Ричард Талер - "Новая поведенческая экономика"*





# Делим, чтобы умножить



## 1. Группа рациональных пассажиров

- a. Планируют заранее (между вылетом и бронированием более 30 дней, доп услуги покупают в день открытия продаж или вместе с бронированием)
- b. Экономные (например, – покупка билетов на распродажах; – по выгодным тарифам, ниже средней цены билеты по конкретному направлению; – либо пассажиры, которые повысили класс обслуживания до бизнес и стоимость билета в эконом классе + услуга “повышение класса” была значительно ниже стоимости билетов в бизнес классе за аналогичный период по тем же направлениям)
- c. Купили билет / доп услугу по рекомендации из рассылок через несколько дней после получения письма / сообщения ( обдуманное решение)
- d. Опытные (действуют в условиях определенности, привыкли к сервису и регулярно (более 2х раз) покупают дополнительные услуги: места повышенной комфортности, доп.нормы багажа и др.)



## 2. Группа эмоциональных пассажиров

- a. Спонтанное решение онлайн (покупка в день получения рекомендации из рассылок или с первого клика на ссылку из рассылки)
- b. Не знает сервис и действует в условиях неопределенности (не пользовался услугами авиакомпании ранее)
- c. Иллюзия прогноза (после серии рациональных решений, становится невнимательным и принимает ошибочные эмоциональные решения вопреки собственным интересам)
- d. Рисковый (покупка билета менее, чем за 29 дней до вылета рейса)



Vip



Часто летает



Бизнес



Семейный



Покупатель доп. услуг





# Делим, чтобы умножить



## 3. Группа тегов по тематике поездки

- a. Зимний спорт
- b. пляжный отдых
- c. Экскурсионный отдых
- d. Деловой пассажир
- e. К друзьям или родственникам
- f. Вахтовик



## 4. Группа тегов по типу пассажиров

- a. Одиночка
- b. Семейный
- c. Тусовочный  
(любит летать с друзьями, коллегами) и др.
- d. Спонсор

 Vip

 Часто летает

 Бизнес

 Семейный

 Покупатель доп. услуг





# Вебскай - платформа электронной коммерции для авиакомпаний

**Вебскай 10**

**Мобильное приложение**

**Бизнес**

**Коллеги**

**Регистрация**

**Цифры**

**Веб-сайт**

**Вебскай КПД**





# OOMS

Вебскай 10 • Мобильное приложение • Коллеги

Цифры • Веб-сайт • Регистрация • Бизнес

Вебскай КПД





# Важные решения





- ① **Инвестиции в развитие**
- ① **Развитие экосистемы OOMS**
- ① **Data driven подход**
- ① **Предоставление премиального сервиса**
- ① **Новая коммерческая модель**





# Подписывайтесь

Telegram-канал Nemo.Travel





# Спасибо за внимание!

Для связи:

 [sales@nemo.travel](mailto:sales@nemo.travel)

 [www.nemo.travel](http://www.nemo.travel)



**XIX Международная конференция  
Sirena Connect**