

Gérer votre programme Frequent Flyer (Module FFP – 001)

But:

Améliorer les compétences et le niveau de confiance des personnes responsables pour la gestion du programme Frequent Flyer

**Une journée
dans vos
établissements
1 200 EURos
1-6 personnes**

Groupe ciblé:

- FFP Managers & cadres

Sujets principaux

- La tâche : gérer les relations avec des clients externes et internes
- Les défis clés : davantage de productivité avec moins de ressources, changer les attitudes et perceptions, lancement prudent des pratiques CRM
- Gérer les défis et construire l'avenir

Stratégie pour la segmentation des clients et l'augmentation des recettes (Module FFP – 002)

But:

Comment augmenter les résultats de votre compagnie aérienne à court et long terme en utilisant votre programme Frequent Flyer pour influencer le choix des clients

**Une demi-journée
dans vos
établissements
600 EURos
1-6 personnes**

Groupe ciblé:

- FFP Managers & cadres
- Autres cadres de marketing avec une responsabilité de décision pour le programme Frequent Flyer

Sujets principaux

- Rôle, importance et dimensions de la stratégie du programme Frequent Flyer
- Segmentation des clients pour des résultats : comment faire ?
- Effectuer une concentration sur le client
- Améliorer les recettes en utilisant la segmentation des clients et les stratégies de concentration sur le client

Structure des programmes Frequent Flyer (Module FFP – 003)

But:

Vous montrer comment on peut mettre en place une structure compétitive, identifier les éléments critiques et les utiliser afin de créer un attrait plus compétitif

**Une demi-journée
dans vos
établissements
600 EURos
1-6 personnes**

Groupe ciblé:

- FFP Managers & cadres
- Autres cadres avec une responsabilité pour le développement du programme Frequent Flyer

Sujets principaux

- Mettre en place le cadre compétitif et l'utiliser afin de réaliser un avantage concurrentiel
- Classifier les éléments par priorité où il faut être plus compétitif
- Mettre en place des changements et suivre les effets

Mise en place financière et pratiques de comptabilité Frequent Flyer (Module FFP – 004)

But:

Comment réviser et appliquer les procédures de comptabilité contemporaines pour le programme Frequent Flyer de votre compagnie aérienne

**Une demi-journée
dans vos
établissements
600 EURos
1-6 personnes**

Groupe ciblé:

- FFP Managers & cadres
- Les cadres des départements de finances et de comptabilité des recettes

Sujets principaux

- FFP en tant que centre de coûts : mise en place de la structure, estimation des coûts, comptabilité des recettes
- Intégration de votre compagnie aérienne au modèle de comptabilité
- Gestion des obligations
- Allocation de la capacité des primes
- Avantages, inconvénients possibles et comment les gérer
- Fair-play et transparence : comment achever la meilleure application possible

Le programme Frequent Flyer en tant que centre de profit (Module FFP – 005)

But:

Les bénéficiaires d'établir votre programme Frequent Flyer en tant qu'« entreprise au sein de l'entreprise » et comment le faire

**Une demi-journée
dans vos
établissements
600 EURos
1-6 personnes**

Groupe ciblé:

- FFP Managers & cadres
- Cadres supérieurs de marketing, management de capacité et finances
- Equipe des partenariats FFP (aériens et non-aériens)

Sujets principaux

- Définition des recettes & coûts
- Augmentation des recettes
- Les pratiques de comptabilité contemporaines pour les programmes Frequent Flyer : les problèmes résolus et les problèmes créés
- Les modèles alternatifs : comment ils fonctionnent et de quoi ils ont besoin pour pouvoir être appliqués
- Comment mettre en place des changements

Gestion des partenariats (Module FFP – 006)

But:

Comment exploiter le potentiel entier de votre programme Frequent Flyer comme outil pour le développement des partenariats couronnés de succès

**Une journée
dans vos
établissements
1 200 EURos
1-6 personnes**

Groupe ciblé:

- FFP Managers & cadres
- Equipe des partenariats FFP (aériens et non-aériens)
- CRM Managers
- Autres cadres impliqués dans les questions des partenariats, p.ex. le management régional, finances

Sujets principaux

- Types de partenaires: description de leurs caractéristiques, besoins et signification pour la compagnie aérienne opérant le programme Frequent Flyer
- Etablir et agrandir le portfolio des partenaires, incluant la procédure de sélection
- Exploiter vos partenaires au maximum par des pratiques claires de management et de la communication correcte

Communication avec les clients (Module FFP – 007)

But:

Comment configurer et utiliser les canaux de communication avec les clients Frequent Flyer afin d'augmenter les résultats de votre compagnie aérienne à court et long terme

**Une journée
dans vos
établissements
1 200 EURos
1-6 personnes**

Groupe ciblé:

- FFP Managers & cadres
- Autres cadres de marketing avec une responsabilité de décision pour le programme Frequent Flyer, incluant ceux travaillant avec les partenaires
- PR
- Les employés clés des agences des services de marketing qui travaillent avec vous

Sujets principaux

- Pourquoi moins de 25% de la communication avec les clients est efficace
- Récepteurs-but-contenu-canal: comprendre et utiliser le mix
- Construire le retour sur l'investissement : un modèle

Programme Frequent Flyer - une vue générale pour les cadres supérieurs (Module FFP – 008)

But:

Aider les participants à reconnaître à quoi sert le programme Frequent Flyer et à quoi il pourrait servir. Vous reconnaissez ensuite le chemin vers un rendement amélioré

**Une demi-journée
dans vos
établissements
600 EURos
1-6 personnes**

Groupe ciblé:

- Les nouveaux cadres de marketing/avec de la responsabilité pour le programme Frequent Flyer
- Les cadres existants ou nouveaux dans d'autres fonctions, p.ex. ventes, finances, opérations

Sujets principaux

- Les programmes Frequent Flyer: ce qu'ils font et comment ils le font
- Facteur de coûts ou centre de profit: pourquoi c'est votre choix
- Actions: ce que le top management devrait faire quant au programme Frequent Flyer et quels seront les bénéfices

Mesurer et améliorer le rendement du programme Frequent Flyer (Module FFP – 009)

But:

Comment mesurer le rendement, attribuer des priorités aux améliorations et mettre en place les modifications

**Une demi-journée
dans vos
établissements
600 EURos
1-6 personnes**

Groupe ciblé:

- FFP Managers & cadres
- Equipe de développement du programme Frequent Flyer
- Autres cadres de marketing avec de la responsabilité de décision pour le programme Frequent Flyer
- IT Managers

Sujets principaux

- Identifier les paramètres clés de rendement
- Interprétation des données MIS
- Benchmark avec des tendances du marché
- Contribution au développement du programme
- Audits de rendement externes
- Exigences envers les systèmes informatiques
- Gérer les changements

La fidélité envers la marque (Module FFP – 010)

But:

Comment assurer que « la force de la marque » de votre compagnie aérienne soit exploitée afin d'obtenir une meilleure fidélité des clients

**Une demi-journée
dans vos
établissements
600 EURos
1-6 personnes**

Groupe ciblé:

- FFP Managers & cadres
- Autre personnel du service marketing, particulièrement de la communication marketing

Sujets principaux

- La marque comme effet de loyauté
- Les aspects émotionnels et rationnels qui peuvent être utilisés afin de créer une préférence
- Faire les marques de la compagnie aérienne et la marque du programme Frequent Flyer, travailler ensemble : un plan d'action
- Communication de la marque
- Changement de la marque

Prévention de l'abus des programmes Frequent Flyer (Module FFP – 011)

But:

Procurer à votre compagnie aérienne les meilleures pratiques pour gérer l'abus de votre programme Frequent Flyer

**Une demi-journée
dans vos
établissements
600 EURos
1-6 personnes**

Groupe ciblé:

- FFP Managers & cadres
- Autres employés relevant, p.ex. cadres IT et finances

Sujets principaux

- Principales sortes d'abus interne et externe
- Identification et suivi d'abus, rôle de l'IT
- Mesures pour prévenir l'abus
- Réaction à l'abus
- Limitations à éviter l'abus
- Processus d'audit

Les programmes Frequent Flyer et le CRM (Module FFP – 012)

But:

Etre en mesure de comprendre et enchaîner des actions quant aux sujets clés liés à la question de comment utiliser votre programme Frequent Flyer en tant que chemin efficace vers un CRM au sein de votre compagnie aérienne

**Une demi-journée
dans vos
établissements
600 EURos
1-6 personnes**

Groupe ciblé:

- FFP Managers & cadres
- CRM Managers
- Autres cadres avec des tâches qui touchent le client

Sujets principaux

- Qu'est-ce que le CRM signifie, en particulier d'un point de vue de client?
- Examen de votre programme Frequent Flyer comme chemin pour établir et créer un CRM : les actions clés et les sujets pour l'amélioration
- Lancer, évaluer et améliorer votre stratégie CRM

Donner satisfaction à vs meilleurs clients (Module FFP – 013)

But:

Comment exploiter le potentiel de votre programme Frequent Flyer afin d'augmenter le niveau de service livré à vos meilleurs clients et leur fidélité

**Une demi-journée
dans vos
établissements
600 EURos
1-6 personnes**

Groupe ciblé:

- FFP Managers & cadres
- Les cadres, superviseurs et employés aux points de contact avec les clients
- CRM Managers
- Les partenaires d'outsourcing du service client pour les membres du programme Frequent Flyer

Sujets principaux

- Comment les clients perçoivent les choses et évaluent votre service
- Ce que votre compagnie aérienne fait quant au service client pour les membres du programme Frequent Flyer aux points de contact principaux
- Structure du service à la clientèle dans le marché local et dans les marchés internationaux
- Coûts versus qualité
- Ce qu'il devrait faire et comment y parvenir

Répondre aux besoins des membres d'un FFP (Module FFP – 014)

But:

Mettre en place un programme efficace pour établir et répondre à l'agenda des clients pour les améliorations du programme

**Une demi-journée
dans vos
établissements
600 EURos
1-6 personnes**

Groupe ciblé:

- FFP Managers & cadres
- Equipe de développement du programme Frequent Flyer
- Autres cadres de marketing avec une responsabilité de décision pour le programme Frequent Flyer
- Les superviseurs aux points de contact avec les clients
- Equipe de communication
- CRM Managers

Sujets principaux

- La stratégie d'écoute : qu'est-ce que c'est et comment est-ce qu'elle fonctionne?
- Connaître et exploiter le feedback des clients
- La balance entre les buts différents de votre compagnie aérienne et ceux de vos voyageurs fréquents
- Le plan d'action : comment l'écrire, travailler avec et l'améliorer

Choisir les fournisseurs et partenaires externes (Module FFP – 015)

But:

Comment se décider, comment les fournisseurs externes devraient être utilisés, choisir les meilleures options et obtenir les meilleurs résultats

**Une demi-journée
dans vos
établissements
600 EURos
1-6 personnes**

Groupe ciblé:

- FFP Managers & cadres
- Autres cadres et employés intégrés dans la sélection et la gestion des fournisseurs et des partenaires d'outsourcing

Sujets principaux

- Outsourcing : où, quand et pourquoi ?
- Processus de sélection
- Gérer les relations pour les meilleurs résultats

Les programmes de fidélisation pour les entreprises (Module FFP – 016)

But:

Comment renforcer la relation entre votre compagnie aérienne et les clients entreprise et augmenter votre part de marché avec les entreprises

**Une demi-journée
dans vos
établissements
600 EURos
1-6 personnes**

Groupe ciblé:

- Les Managers et cadres de ventes régionaux
- FFP Managers & cadres

Sujets principaux

- Différences entre les programmes de fidélisation pour les entreprises et les programmes Frequent Flyer
- Comment et où utiliser les outils principaux de ventes et les expériences les plus importantes liées à l'utilisation des programmes de loyauté pour les entreprises
- Vendre le programme au niveau interne, le lancer et développer
- Quand le combiner avec le programme Frequent Flyer afin de donner une approche de « double coup »
- Suivre les résultats et améliorations futures