

Exemples de projet

Etude de faisabilité	
Contenu & approche	↳ Analyse des risques et opportunités pour l'introduction d'un programme de fidélisation propre ↳ Evaluation de différentes options, p. ex. propre programme versus partenariat avec un programme tiers ↳ Développement d'un modèle montrant l'impact financier de l'introduction d'un programme de fidélisation ↳ Aspects managériaux ↳ Evolution financière attendue pour les 1 à 3 ans après l'introduction du programme
Résultats	↳ Compréhension claire de la situation actuelle et potentielle future, permettant de comparer et de prendre une décision stratégique à propos du programme de fidélisation de l'entreprise

Mise en place initiale du programme	
Contenu & approche	↳ Mise en place d'une structure de programme de meilleure pratique en adaptant tous les paramètres à une stratégie définie et à l'environnement particulier d'une compagnie aérienne ↳ Définition des aspects opérationnels, y compris le cadre financier, communication et CRM, suivi du rendement ↳ Aspects de gestion et de mise en place ↳ Création des recettes auxiliaires ↳ Contribution des meilleures pratiques globales
Résultats	↳ Introduction d'un programme Frequent Flyer avec un effet maximal de fidélisation et de création de recettes

Ateliers stratégiques	
Contenu & approche	↳ Préparation et modération d'un atelier de management visant à définir une stratégie pour un sujet spécifique; ↳ La stratégie globale du programme ↳ Nouveau concept de primes ↳ Nouveaux développements ↳ Des activités CRM ↳ Stratégies d'engagement ↳ Résumé de l'atelier y compris la définition des prochaines étapes et des responsabilités
Résultats	↳ Décision basée à travers les différents départements quant aux questions d'importance stratégique ↳ Contribution des meilleures pratiques globales ↳ Suggestion d'un plan d'action sur 2-3 ans

Renouvellement du programme	
Contenu & approche	↳ Révision et élaboration de certains aspects selon vos besoins, tels que: ↳ Stratégie du programme ↳ Révision du rendement du programme ↳ Révision de la compétitivité et de l'attrait du programme basée sur la contribution du benchmark ↳ Stratégie CRM ↳ Aspects financiers tels que des standards de comptabilité selon IFRS 15 ↳ Choix de la monnaie ↳ Evolution de la structure et de la gestion du programme en une meilleure pratique
Résultats	↳ Amélioration du rendement du programme à travers l'adaptation de la structure du programme, reflétant les stratégies et la situation compétitive révisées ↳ Augmentation de l'effet de création de recettes, d'engagement et de fidélisation

Suivi du rendement	
Contenu & approche	↳ Définition des paramètres de rendement ↳ Suivi mensuel des paramètres de rendement principaux ↳ Rapport de rendement trimestriel ou biennuel identifiant les faiblesses dans la structure du programme ↳ Suggestions pour des mesures concrètes dans chaque rapport afin d'adresser les faiblesses identifiées ↳ Rendez-vous de révision ↳ Contribution au développement du programme basé sur le comportement réel des clients
Résultats	↳ Eviter les faux développements coûteux ↳ Suivi du rendement utilisant les meilleures pratiques plutôt qu'un contrôle interne sans vraie motivation

Mise en place financière	
Contenu & approche	↳ Définition du programme de fidélisation comme centre de coûts séparé ↳ Choix de la monnaie ↳ Détermination des prix des points pour le cumul et l'utilisation ↳ Gestion des obligations ↳ Attribution de la capacité des primes ↳ Mise en place au niveau de l'organisation interne ↳ Avantages et difficultés possibles et quoi faire avec elles
Résultats	↳ Mise en place des procédures de comptabilité selon les standards d'IFRS 15 ↳ Base pour développer une opération profitable pour le programme de fidélisation ↳ Disponibilité de la capacité pour les primes

Intégration CRM

Contenu & approche	↳ Définition d'un cadre stratégique pour le CRM ↳ Définition du CRM comme philosophie d'entreprise ↳ Définition du rôle du programme de fidélisation dans la stratégie CRM ↳ Segmentation des consommateurs, aussi au-delà du programme de fidélisation ↳ Développement des activités/campagnes CRM à travers différents canaux de communication pour les cibles spécifiques
Résultats	↳ Activités pratiques délivrant des résultats directs sous forme d'augmentation des revenus ↳ Approche pragmatique du CRM

Etudes de benchmark	
Contenu & approche	↳ Etudes de benchmark individualisées couvrant différents éléments, p.ex.: structure des points gain/utilisation, réseau de partenaires, conditions générales, programme d'élite (règles de qualification et avantages) ↳ Possibilité d'inclure autant de programmes de fidélité que vous désirez ↳ Définition des forces et faiblesses du programme personnalisé comparées aux meilleures pratiques
Résultats	↳ Amélioration du rendement du programme à travers l'input compétitif aux développements du programme

Observation du marché	
Contenu & approche	↳ Bulletin mensuel couvrant les nouvelles et développements dans des programmes de fidélisation sélectionnés individuellement, couvrant; ↳ Structure des points gain/utilisation ↳ Réseau de partenariats ↳ Conditions générales ↳ Programme d'élite ↳ Service client ↳ Possibilité d'inclure les offres promotionnelles et les meilleures pratiques mondiales
Résultats	↳ Mise à jour régulière et fiable des connaissances du marché ↳ Input concurrentiel précieux aux développements du programme sur base continue

Prévention des fraudes	
Contenu & approche	↳ Définition des différents types des fraudes internes et externes ↳ Définition des mesures préventives ↳ Recommandations pour des changements au niveau des processus, conditions générales etc. ↳ Définition des déclencheurs de fraude et des mécanismes de traçage ↳ Comportement lors de la découverte des cas d'abus ↳ Définition des procès et des responsabilités de gestion ↳ Input en provenance d'autres programmes de fidélisation
Résultats	↳ Mise en place d'un système de détection des fraudes actuelles ↳ Réduction de coûts en évitant les cas de fraudes

Sélection de fournisseur	
Contenu & approche	↳ Définition des exigences ↳ Appel d'offre des fournisseurs relevant des solutions informatiques et d'outsourcing ↳ Développement d'un modèle d'évaluation ↳ Présélection des fournisseurs ↳ Modération des présentations des fournisseurs ↳ Assistance avec les négociations et la décision finale
Résultats	↳ Sélection du fournisseur le plus apte aux meilleures conditions possible ↳ Gain de coûts et de qualité grâce à notre position avec les fournisseurs

Sous-traitance de la gestion des partenariats	
Contenu & approche	↳ Définition de partenaires non-aériens potentiels ↳ Initiation des contacts avec les partenaires ↳ Mise en place des partenariats (contrats, aspects financiers, coordination technologique) ↳ Gestion continue des partenariats (mesure du rendement, développement des promotions)
Résultats	↳ Développement des revenus à travers les partenariats ↳ Valeur ajoutée pour les membres du programme grâce à des partenariats actifs ↳ Réduction des dépenses et améliorations de qualité grâce à la sous-traitance

Modération des forums des programmes de fidélisation	
Contenu & approche	↳ Suivi des forums des programmes de fidélisation ↳ Réponse au nom de l'opérateur du programme et/ou coordination avec l'opérateur pour des sujets nécessitant sa participation (des questions spécifiques, des réclamations) ↳ Rapport mensuel sur les activités par forum
Résultats	↳ Présence en temps réel dans un important canal de communication avec les clients ↳ Perception améliorée du programme avec une fidélité/un engagement augmenté des titulaires

Cours de formation pour les employés de la fidélisation	
Contenu & approche	→ Approche absolument individualisée en proposant un choix de 16 modules différents sur une demi-journée ou une journée entière: • Gérer votre programme Frequent Flyer • Stratégie de la segmentation des clients et de l'augmentation des recettes • Structure des programmes Frequent Flyer : surpasser vos compétiteurs • Mise en place financière et pratiques de comptabilité • Le programme Frequent Flyer en tant que centre de profit • Mener vos partenaires du programme Frequent Flyer vers une rentabilité • Communication avec les clients • Programme Frequent Flyer – une vue générale pour les cadres supérieurs • Mesurer et améliorer le rendement du programme Frequent Flyer • La loyauté pour la marque dans le transport aérien • L'abus des programmes Frequent Flyer: comment l'identifier et prendre des mesures de précaution • Les programmes Frequent Flyer et le CRM • Utiliser le programme Frequent Flyer pour satisfaire vos meilleurs clients • Connaître et répondre aux besoins des membres du programme • Choisir les fournisseurs et partenaires d'outsourcing • Les programmes de loyauté pour les entreprises → Formation dans vos établissements par des formateurs expérimentés, proposée en français, anglais, espagnol, allemand et russe
Résultats	→ Familiarisation rapide avec les tâches et défis pertinents → La manière de formation la plus efficace disponible