

## Projektbeispiele

<b>Erstmalige Programmeinführung</b>	
<b>Inhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Entwicklung einer Best Practice-Programmstruktur durch die Anpassung aller Parameter an eine definierte Strategie und das spezifische Umfeld einer Fluggesellschaft</li> <li>↳ Input von weltweiten Best Practice</li> <li>↳ Management- und Implementierungsaspekte, inkl. finanzieller Rahmenbedingungen</li> <li>↳ Schaffen einer zusätzlichen Einnahmequelle</li> </ul>
<b>Resultate</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Einführung eines Vielfliegerprogramms mit einem maximalen Treue- und Einnahmeeffekt</li> </ul>

<b>Programm-Überarbeitung</b>	
<b>Inhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Überprüfung von verschiedenen Aspekten gemäß Ihrer Bedürfnisse wie: <ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Programmstrategie</li> <li>↳ Programmleistung</li> <li>↳ Wettbewerbsfähigkeit des Programms basierend auf Benchmark-Input</li> <li>↳ Finanzielle Aspekte wie IFRIC 13-Buchhaltungsstandards</li> <li>↳ Wahl der Kundenbindungswährung</li> </ul> </li> <li>↳ Entwicklung der Programmstruktur und des Programm-Managements zu Best Practice-Beispiel</li> </ul>
<b>Resultate</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Verbesserung der Programmleistung durch Anpassung der Programmstruktur, die revidierte Strategien und Wettbewerbssituationen reflektiert</li> <li>↳ Erhöhung des Einnahme- und Treueeffekts</li> </ul>

<b>Strategie-Workshop</b>	
<b>Inhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Vorbereitung und Moderation einer Management-Workshops mit der Zielsetzung der Festlegung einer Strategie für ein spezifisches Thema, z.B. <ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Gesamtstrategie des Programms</li> <li>↳ Neues Prämienkonzept</li> <li>↳ Neue Entwicklungen</li> <li>↳ CRM-Aktivitäten</li> </ul> </li> <li>↳ Zusammenfassung des Workshops mit Definition der nächsten Schritte und Verantwortlichkeiten</li> </ul>
<b>Resultate</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Gut basierte bereichsübergreifende Entscheidung über strategisch wichtige Fragen</li> <li>↳ Input von weltweiten Best Practices</li> </ul>

<b>Machbarkeitsstudie</b>	
<b>Inhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Analyse von Risiken und Chancen für die Einführung eines eigenen Kundenbindungsprogramms</li> <li>↳ Abwägen verschiedener Optionen, z.B. eigenes Programm oder Partnerschaft in Programmen von Drittparteien</li> <li>↳ Entwicklung eines Modells zum Aufzeigen der finanziellen Auswirkungen der Einführung eines eigenen Kundenbindungsprogramms</li> <li>↳ Management-Aspekte</li> <li>↳ Erwartete finanzielle Entwicklung für die Jahre 1-3 nach der Programmeinführung</li> </ul>
<b>Resultate</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Klares Verständnis der aktuellen und potenziellen Situation als Vergleichsgrundlage und strategische Entscheidungsbasis über das Kundenbindungsprogramm des Unternehmens</li> </ul>

<b>Benchmark-Studien</b>	
<b>Inhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Individualisierte Benchmark-Studien über alle Programmelemente und -aspekte sowie Möglichkeit so viele aller rund 200 Vielfliegerprogramme wie gewünscht zu berücksichtigen</li> <li>↳ Erarbeiten von Stärken und Schwächen des eigenen Programms verglichen Best Practice</li> </ul>
<b>Resultate</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Verbesserung der Programmleistung durch Wettbewerbs-Input zu Programmentwicklungen</li> </ul>

<b>Analyse der Wettbewerber</b>	
<b>Inhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Monatlicher Newsletter über Neuigkeiten und Entwicklungen von individuell ausgewählten Vielflieger- und Kundenbindungsprogrammen für die folgenden Themen: <ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Struktur des Punkteerwerbs/-verbrauchs</li> <li>↳ Partnernetzwerk</li> <li>↳ Programmbedingungen</li> <li>↳ Eliteprogramm</li> <li>↳ Kundenservice</li> </ul> </li> <li>↳ Option zur Integration von Promotionen und weltweiten Best Practices</li> </ul>
<b>Resultate</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Regelmäßiges und zuverlässiges Markt-Update</li> <li>↳ Wertvoller permanenter Wettbewerbs-Input zu Programmentwicklungen</li> </ul>

<b>Leistungsmessung</b>	
<b>Inhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Definition von Leistungsparametern</li> <li>↳ Monatliche Verfolgung von wichtigen Leistungsparametern</li> <li>↳ Viertel- oder halbjährliche Leistungsberichte mit Hinweisen auf Schachstellen in der Programmstruktur</li> <li>↳ Vorschläge für konkrete Maßnahmen in jedem Report, um identifizierte Schwachstellen auszumerzen</li> <li>↳ Review-Meetings</li> <li>↳ Input zu Programmentwicklung basierend auf tatsächlichem Kundenverhalten</li> </ul>
<b>Resultate</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Verhindern von kostspieligen Fehlentwicklungen</li> <li>↳ Best Practice-Leistungsmessung anstelle halbherziger Eigen-Audits</li> </ul>

<b>CRM-Integration</b>	
<b>Inhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Definition des strategischen CRM-Rahmens</li> <li>↳ CRM als Firmenphilosophie</li> <li>↳ Definition der Rolle des Kundenbindungsprogramms innerhalb des CRMs</li> <li>↳ Kundensegmentierung, auch über das Kundenbindungsprogramm hinaus</li> <li>↳ Entwicklung von CRM-Aktivitäten/Kampagnen über verschiedene Kommunikationskanäle für spezifische Zielgruppen</li> </ul>
<b>Resultate</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Praktische Aktivitäten mit direkten Resultaten in Form von erhöhten Einnahmen</li> <li>↳ Pragmatischer CRM-Ansatz</li> </ul>

<b>Aufsetzen einer finanziellen Struktur</b>	
<b>Inhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Festlegung der Kundenbindungsprogramm-Einheit als separate Kostenstelle</li> <li>↳ Wahl der Kundenbindungswährung</li> <li>↳ Preisgestaltung der Punkte zum Sammeln und Einlösen</li> <li>↳ Management der Verbindlichkeiten</li> <li>↳ Zuordnung der Prämienkapazität</li> <li>↳ Organisatorischer Aufbau</li> <li>↳ Vorteile und mögliche Schwierigkeiten und wie gegen sie anzugehen ist</li> </ul>
<b>Resultate</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Aufsetzen von buchhalterischen Praktiken gemäß IFRIC 13-Standards</li> <li>↳ Basis für die Entwicklung einer profitablen Kundenbindungsoperation</li> <li>↳ Verfügbarkeit von Prämienkapazität</li> </ul>

<b>Betrugsverhinderung</b>	
<b>Inhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Definition von verschiedenen internen und externen Betrugstypen</li> <li>↳ Definition von vorbeugenden Maßnahmen</li> <li>↳ Empfehlungen für Veränderungen innerhalb der Arbeitsabläufe, Programmbedingungen, usw.</li> <li>↳ Definition von Betrugsauslösern und Mechanismen zur Verfolgung</li> <li>↳ Verhalten beim Aufdecken von Betrugsfällen</li> <li>↳ Festlegung von Management-Prozessen und -Verantwortlichkeiten</li> <li>↳ Input von anderen Kundenbindungsprogrammen</li> </ul>
<b>Resultate</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Kostensenkung durch Verhinderung von Betrugsfällen</li> </ul>

<b>Outgesourcetes Partnerschaft-Management</b>	
<b>Inhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Definition von potenziellen Non-Air Partnern</li> <li>↳ Kontaktherstellung mit Partnern</li> <li>↳ Implementierung von Partnerschaften (Verträge, finanzielle Aspekte, IT-Abstimmung)</li> <li>↳ Fortlaufendes Management der Partnerschaften (Leistungsmessung, Entwicklung von Promotionen)</li> </ul>
<b>Resultate</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Entwicklung von Einnahmen über Partnerschaften</li> <li>↳ Erhöhter Nutzen für Programmmitglieder dank aktiver Partnerschaften</li> <li>↳ Kostensenkung und Qualitätssteigerung dank Outsourcing</li> </ul>

<b>Moderation von Kundenbindungsprogramm-Foren</b>	
<b>Inhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Beobachten von Foren für Kundenbindungsprogramme</li> <li>↳ Antworten im Auftrag eines Programmbetreibers und/oder Koordinierung mit dem Betreiber für Themen, die seine Teilnahme erfordern (spezifische Fragen, Beschwerden)</li> <li>↳ Monatliches Reporting über die Aktivitäten pro Forum</li> </ul>
<b>Resultate</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Zeitnahe Präsenz in einem wichtigen Kanal der Kundenkommunikation</li> <li>↳ Verbesserte Wahrnehmung des Programms mit stärkerer Kundenbindung/ Verbundenheit der Mitglieder</li> </ul>

<b>Anbietersauswahl</b>	
<b>Inhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Definition der Anforderungen</li> <li>↳ Ausschreibung mit relevanten Anbietern für IT oder Outsourcing-Lösungen</li> <li>↳ Entwicklung eines Scoring-Modells</li> <li>↳ Vorauswahl von Anbietern; Moderation der Präsentationen der Anbieter</li> <li>↳ Unterstützung bei Verhandlungen und Entscheidungsfindung</li> </ul>
<b>Resultate</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Auswahl des bestgeeigneten Anbieters zu bestmöglichen Konditionen</li> <li>↳ Kosten- und Qualitätsvorteile dank unserer Position gegenüber Anbietern</li> </ul>

<b>Trainingskurse für Loyalty-Kräfte</b>	
<b>Inhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ In-house Training</li> <li>↳ Absolut individualisierter Ansatz durch die Auswahl aus 16 verschiedenen Halb- und Ganztags-Modulen</li> <li>↳ Nur erfahrene Trainer</li> <li>↳ Angeboten auf Deutsch, Englisch, Französische, Spanisch und Russisch</li> </ul>
<b>Resultate</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Schnelles Lernen aller relevanten Aufgaben und Herausforderungen</li> <li>↳ Effizienteste aller verfügbaren Trainingsmöglichkeiten</li> </ul>