

Projektbeispiele

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

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

Strategie-Workshop	
Inhalt & Vorgehensweise	<ul style="list-style-type: none"> ↳ 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"> ↳ Gesamtstrategie des Programms ↳ Neues Prämienkonzept ↳ Neue Entwicklungen ↳ CRM-Aktivitäten ↳ Engagement-Strategien ↳ Zusammenfassung des Workshops mit Definition der nächsten Schritte und Verantwortlichkeiten
Resultate	<ul style="list-style-type: none"> ↳ Gut basierte bereichsübergreifende Entscheidung über strategisch wichtige Fragen ↳ Input von weltweiten Best Practices

Programm-Überarbeitung	
Inhalt & Vorgehensweise	<ul style="list-style-type: none"> ↳ Überprüfung und Erarbeitung von verschiedenen Aspekten gemäß Ihrer Bedürfnisse wie: <ul style="list-style-type: none"> ↳ Programmstrategie ↳ Programmleistung ↳ Wettbewerbsfähigkeit und Attraktivität des Programms basierend auf Benchmark-Input ↳ CRM-Strategie ↳ Finanzielle Aspekte wie IFRS 15-Buchhaltungsstandards ↳ Wahl der Kundenbindungswährung ↳ Entwicklung der Programmstruktur und des Programm-Managements zu Best Practice-Beispiel
Resultate	<ul style="list-style-type: none"> ↳ Verbesserung der Programmleistung durch Anpassung der Programmstruktur, die revidierte Strategien und Wettbewerbssituationen reflektiert ↳ Erhöhung des Einnahmen, des Engagements und des Treueeffekts

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

Aufsetzen einer finanziellen Struktur	
Inhalt & Vorgehensweise	<ul style="list-style-type: none"> ↳ Festlegung der Kundenbindungsprogramm-Einheit als separate Kostenstelle ↳ Wahl der Kundenbindungswährung ↳ Preisgestaltung der Punkte zum Sammeln und Einlösen ↳ Management der Verbindlichkeiten ↳ Zuordnung der Prämienkapazität ↳ Organisatorischer Aufbau ↳ Vorteile und mögliche Schwierigkeiten und wie gegen sie anzugehen ist
Resultate	<ul style="list-style-type: none"> ↳ Aufsetzen von buchhalterischen Praktiken gemäß IFRS 15-Standards ↳ Basis für die Entwicklung einer profitablen Kundenbindungsoperation ↳ Verfügbarkeit von Prämienkapazität

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

Benchmark-Studien	
Inhalt & Vorgehensweise	<ul style="list-style-type: none"> ↳ Individualisierte Benchmark-Studien über verschiedene Programmelemente, z.B. Struktur des Punkterwerbs/-verbrauchs, Partner-Netzwerk, Programmbedingungen, Statusprogramm (Qualifikationsregeln und Vorteile) ↳ Möglichkeit so viele Programme wie gewünscht zu berücksichtigen ↳ Erarbeiten von Stärken und Schwächen des eigenen Programms verglichen Best Practice
Resultate	<ul style="list-style-type: none"> ↳ Verbesserung der Programmleistung durch Wettbewerbs-Input zu Programmentwicklungen

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

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

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

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

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

Trainingskurse für Loyalty-Kräfte

Inhalt & Vorgehensweise	<ul style="list-style-type: none"> ↳ Absolut individualisierter Ansatz durch die Auswahl aus 16 verschiedenen Halb- und Ganztags-Modulen: <ul style="list-style-type: none"> • Das Management eines Vielfliegerprogramms – Bewältigung der Aufgaben und Herausforderungen • Wechselwirkung mit FFP Partnern in puncto Profitabilität und Wachstum • Kommunikation mit Kunden: online und offline • Übersicht über das FFP-Geschäft für Führungskräfte • Strategie für das Vielfliegerprogramm, zur Kundensegmentierung und Einkommenssteigerung • Struktur des Vielfliegerprogramms: Wie man seine Mitbewerber übertrifft • Finanzielle Struktur und Buchhaltungs-Praktiken der Vielfliegerprogramm-Operation • Vielfliegerprogramme als Profit Center: eine Möglichkeit, kein Traum • Kundenservice: Einsetzen des Vielfliegerprogramms um Ihre besten Kunden zufrieden zu stellen • Herausfinden und berücksichtigen der Bedürfnisse Ihrer Vielflieger-Kunden • Auswahl von Zulieferern und Outsource-Partnern • Messen und Verbessern der Leistung von Vielfliegerprogrammen • Markentreue in der Luftfahrt • Betrug mit Vielfliegerprogrammen: Wie man ihn identifiziert und im vorbeugt • Vielfliegerprogramme und CRM: Nahe Freunde oder entfernte Verwandte? • Firmenbonusprogramme ↳ Vor-Ort Training durch erfahrene Trainer, angeboten auf Deutsch, Englisch, Französisch, Spanisch und Russisch
Resultate	<ul style="list-style-type: none"> ↳ Schnelles Lernen aller relevanten Aufgaben und Herausforderungen ↳ Effizienteste aller verfügbaren Trainingsmöglichkeiten