

**COMARCH** CRM&MARKETING



**IMPLEMENTIERUNG VON  
COMARCH LOYALTY  
MANAGEMENT FÜR**



**brussels  
airlines**

# ÜBER BRUSSELS AIRLINES

---

Brussels Airlines ist die nationale Fluggesellschaft Belgiens sowie Mitglied der Lufthansa Group und der Luftfahrtallianz Star Alliance. Das Unternehmen bietet eine große Auswahl an Flügen und fliegt 97 Ziele vom Hauptsitz der Europäischen Union an. Mit einer Flotte von fast 50 Flugzeugen, einem Team von 3.500 Mitarbeitern und einem Passagieraufkommen von 7,7 Mio. Personen erwirtschaftete Brussels Airlines 2015 einen Umsatz in Höhe von 1,2 Mrd. Euro.



## GESCHÄFTLICHE HERAUSFORDERUNGEN

---

Im Zuge der strategischen Neuausrichtung von Brussels Airlines suchte die Fluggesellschaft nach Möglichkeiten, ihr Bonusangebot zu stärken und das bisherige Vielflieger- und Prämienprogramm Miles & More um ein neues Programm zu erweitern. Zu den wichtigsten Kriterien bei der Auswahl zählten folgende Aspekte:

- Das Programm soll sowohl häufig als auch selten fliegende Passagiere mit Bonusangeboten ansprechen
- Umsatzbasiertes Punktesammeln – für den Kauf von Flugtickets, die Inanspruchnahme von Services an Board bzw. von Angeboten der Programmpartner sowie die Nutzung einer Co-Branding-Kreditkarte werden dem Kundenkonto Punkte gutgeschrieben
- Aktivitätsbezogener Punkteverfall – Punkte verfallen nicht, solange der Programmteilnehmer innerhalb von 12 Monaten mindestens einen Flug antritt
- Automatische nachträgliche Gutschriften im Rahmen der Überarbeitung von Promotionen unter Einbeziehung des von Brussels Airlines eingesetzten Systems
- Keine Sperrdaten – gutgeschriebene Punkte können für jeden kommerziellen Flug eingelöst werden
- Familienangebote – damit das Programm auch für gelegentlich Reisende relevant ist
- Freischaltregeln für das Einlösen von Punkten – um mit der Einlösung von Punkten zu beginnen, müssen Programmteilnehmer eine bestimmte Bedingung erfüllen



---

Comarch überzeugte von Anfang an, nicht nur in puncto Produkt, sondern auch dank seiner Agilität. Die Spezialisten des Unternehmens suchen stets nach der effizientesten Lösung für unsere Bedürfnisse. Ein Jahr nach der Einführung des Loop-Treueprogramms haben die Ergebnisse unsere Erwartungen weit übertroffen!“

---

**Gemma Muñoz**  
Loyalty Manager, Brussels Airlines

# LÖSUNG

Die Fluggesellschaft Brussels Airlines entschied sich für das System Comarch Loyalty Management Travel Edition, um die Einführung des zweiten Bonusprogramms voranzutreiben. Folgende Module wurden implementiert:

**Business Administration** – dieses Kernmodul liefert alle Administrationsfunktionen, die für die Programm- und Systemkonfiguration sowie die Systempflege benötigt werden. Das Modul richtet sich an Systemadministratoren und Geschäftsanwender.

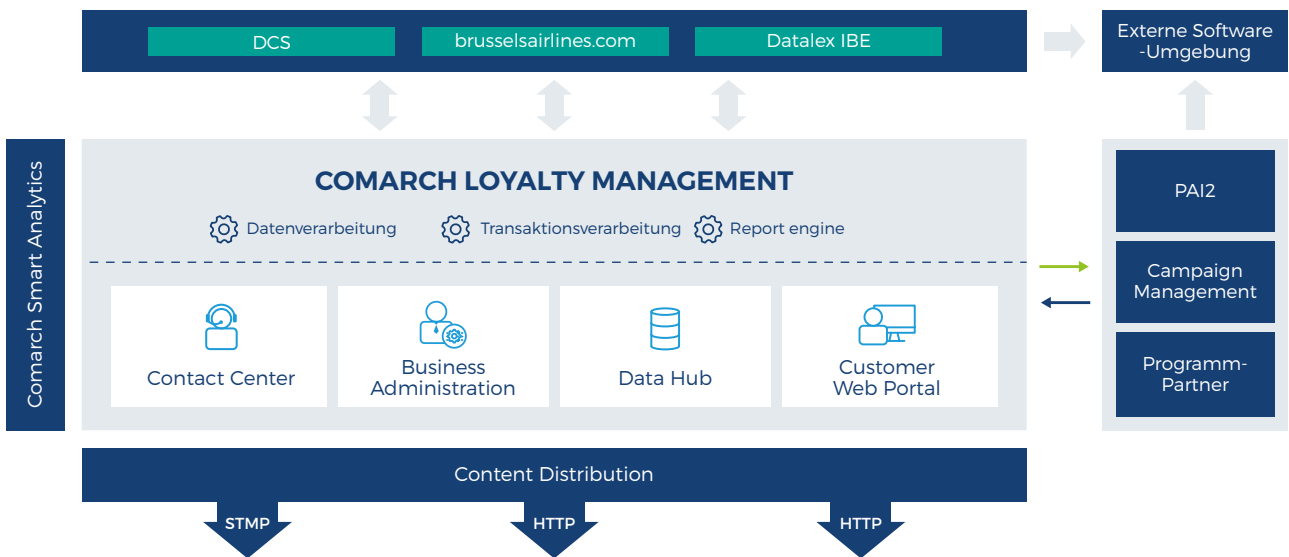
**Mitgliederportal** – ein für Programmteilnehmer vorgesehenes Webportal. Das Portal basiert auf dem CMS-Framework, das eine schnelle und einfache Anpassung von Inhalt und Optik ermöglicht.

**Contact Center** - ermöglicht die Optimierung von CRM-Aktivitäten sowie die Verwaltung

der Kundenkonten und Kommunikation mit Programmteilnehmern. Die Anwendung ist für Call-/Contact-Center-Agenten konzipiert.

**Data Hub** – ein Tool zur Optimierung von Datenaustauschprozessen. Mit Hilfe des Moduls lassen sich neue Partner schnell und einfach einbinden, so dass bei neuen Integrationen Zeit und Kosten gespart werden.

**Comarch Smart Analytics** – eine robuste Reporting- und Analyseplattform zum Nachverfolgen der kompletten Leistung des Bonusprogramms.



# VORTEILE

- Skalierbare und robuste Systemarchitektur, die ein weiteres Wachstum des Loop-Programms ermöglicht
- Umfassende Tools zur Verwaltung der Programmregeln für die Punktevergabe
- Komplette Partnerverwaltung mit der Option zur Erweiterung des Netzwerks der Programmpartner
- Ansprechendes Teilnehmerportal mit interessanten Informationen über das Programm
- Das Loop-Programm wurde in alle E-Commerce-Kanäle von Brussels Airlines eingebettet und integriert
- Stabile Schnittstellen für die Integration mit anderen internen Systemen zwecks Punkteinlösung und -vergabe, nachträglicher Überprüfung und Profilsynchronisierung

## ERGEBNISSE

- Brussels Airlines führte das Bonusprogramm in Ergänzung zu Miles & More innerhalb von neun Monaten nach Projektstart ein
- Brussels Airlines hat ein neues Tool zum Aufbau von Kundenbeziehungen mit Reisenden eingesetzt, für die das bisherige Miles & More-Programm nicht primär relevant war
- Mit dem erweiterten Geschäftsangebot konnte sich Brussels Airlines wichtige Wettbewerbsvorteile gegenüber den wachsenden Billigfluggesellschaften am Brüsseler Flughafen verschaffen
- Durch das neue Bonusprogramm von Brussels Airlines werden treue Kunden schneller mit einem Prämienflug belohnt. Die Prämien sind zudem abhängig von der Höhe der Ausgaben der Teilnehmer

### Das Programm bietet folgende Möglichkeiten:

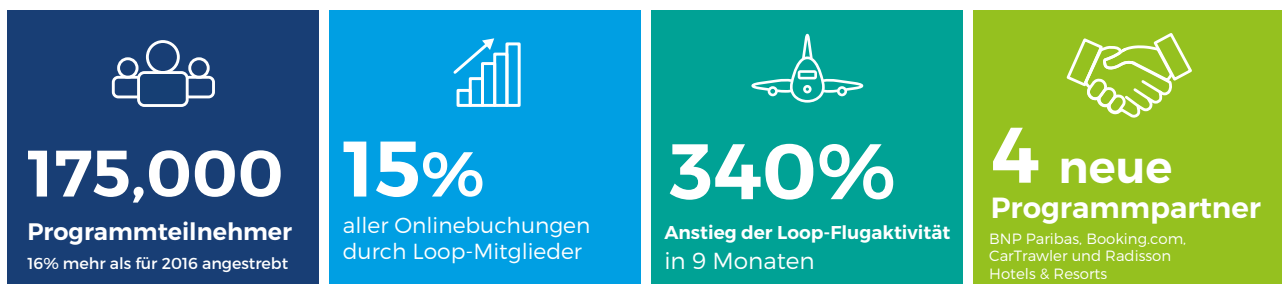
- Belohnen der Kunden auf Basis ihrer Ausgaben für Dienstleistungen und Flüge von Brussels Airlines
- Punktevergabe für das Ausleihen von Mietwagen und Hotelübernachtungen
- Loop-Punkte verfallen nicht, solange der Programmteilnehmer aktiv ist, d. h. innerhalb von zwölf Monaten mindestens einen Flug von Brussels Airlines antritt
- Möglichkeit zum gemeinsamen Sammeln von Loops mit bis zu fünf Haushaltsangehörigen
- Möglichkeit zum Einlösen von Loops gegen einen beliebigen Flug von Brussels Airlines; Loops können gegen alle Ticketkategorien Check&Go, Light&Relax, Flex&Fast oder Biz&Class eingelöst werden



Leistungsfähige Produkte in Kombination mit einem beeindruckend zuverlässigen Service. Mit seinen Lösungen und seiner Herangehensweise hat Comarch sich als starker Partner erwiesen, der uns bei der Konzeption einer neuen Art Bonusprogramm für Wenigflieger erfolgreich unterstützt hat.“

**Alessandro Alfano**  
Loyalty Operations Manager

## ZAHLEN UND FAKTEN



## ÜBER COMARCH

Comarch ist ein weltweiter Anbieter zum Aufbau und Einsatz effektiver und individueller Kundenbindungsprogramme, mit denen Unternehmen Ihre Kundenbeziehungen verbessern und die Kundenbindung stärken zu können. Im Rahmen der Plattform Comarch CRM & Marketing bietet Comarch zukunftsorientierte Marketinganwendungen, die die gesamte Bandbreite von Marketingprozessen unterstützen. Dazu zählen die umfassende Verwaltung von Kundenbindungsprogrammen, die Kundendatenanalyse sowie die Durchführung von Multi-Channel-Kampagnen.