

**COMARCH** CRM&MARKETING



**VIELFLIEGER-PROGRAMM  
IMPLEMENTIERUNG VON COMARCH  
LOYALTY MANAGEMENT BEI  
JETBLUE AIRWAYS**

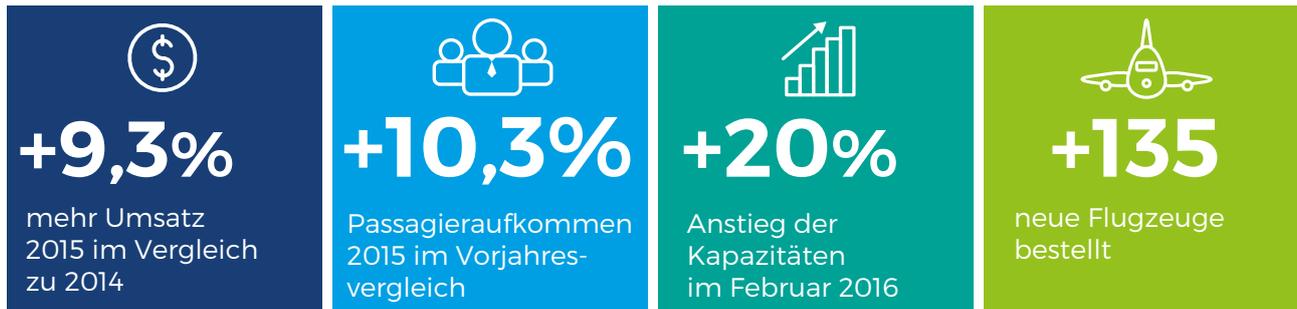
**jetBlue**  
AIRWAYS®



## JETBLUE AIRWAYS

JetBlue Airways gehört zu den beliebtesten Fluggesellschaften der US-amerikanischen Kunden (2014 North America Airline Satisfaction Study). Dank der großen Beliebtheit von JetBlues preiswerten Flügen und einem erfolgreichen Loyalitätsprogramm ist die Kundenzahl stetig gewachsen und bescherte dem Unternehmen 2013 Rekorderlöse von 5 Mrd. USD. Heimatflughafen ist der John F. Kennedy

International Airport in New York. JetBlue bietet Non-stop-Flüge zwischen amerikanischen und karibischen Flughäfen an. Die Flotte besteht aus 194 modernen Flugzeugen der Marken Airbus-A320 und Embraer 190. An jedem Sitzplatz können die Fluggäste auf Fernseh- und Radiokanäle zugreifen, die über Satellitenverbindung verfügbar sind.



## GESCHÄFTLICHE HERAUSFORDERUNGEN

Die Fluggesellschaft JetBlue führte 2002 ein Kundenbindungsprogramm ein. Je nach Flugzeit (Kurz-, Mittel- oder Langstrecke) wurde den Flugpassagieren eine bestimmte Anzahl an Punkten gutgeschrieben. Online-Buchungen wurden mit doppelten Punkten vergütet. Für 100 gesammelte Punkte erhielt ein Passagier einen Hin- und Rückflug, sofern für die gewünschte Verbindung noch Prämienplätze verfügbar waren. Im Jahr 2009 stellte die Fluggesellschaft ihr Loyalitätsprogramm um. Ab diesem Zeitpunkt werden für jeden Dollar Umsatz drei Punkte gutgeschrieben. Online-Buchungen wurden mit zusätzlichen Punkten vergütet. Für



die Einlösung der gesammelten Punkte stehen alle Sitzplätze im Flugzeug zur Verfügung. Die Anzahl der für die Einlösung benötigten Punkte ist seitdem abhängig vom Preis des gewünschten Fluges in US-Dollar. 2010 entwickelte die Fluggesellschaft für die Mitglieder des TrueBlue-Loyalitätsprogramms ein Community-Portal, zudem wurde der Punkteverfall abgeschafft.

## JETBLUE BENÖTIGTE EIN IT-SYSTEM, DAS DIE FOLGENDEN FUNKTIONEN BIETET:



Umsatzbasiertes Punktesammeln – Dem Kundenkonto werden beim Kauf von Flugtickets, bei der Nutzung von Dienstleistungen an Bord, beim Einsatz der Co-Branding Kreditkarte und bei Programmpartnern Punkte gutgeschrieben.



Einlösung der Punkte für jeden verfügbaren Sitzplatz.



Aktivitätsbasierter Punkteverfall – Die gesammelten Punkte verfallen nicht, solange ein Kunde innerhalb von zwölf Monaten weitere Flüge bucht bzw. seine Co-Branding-Kreditkarte von American Express nutzt.



Automatische nachträgliche Gutschrift mit erneuter Bearbeitung von Angeboten.

# DIE LÖSUNG

JetBlue Airways entschied sich für die Comarch Loyalty Management Travel Edition, um die Wiedereinführung seines Kundenbindungsprogramms zu beschleunigen. Folgende Module wurden implementiert:



**Business Administration** – stellt dem Betreiber des Kundenbindungsprogramms umfangreiche Optionen für das Sammeln und Einlösen von Punkten zur Verfügung



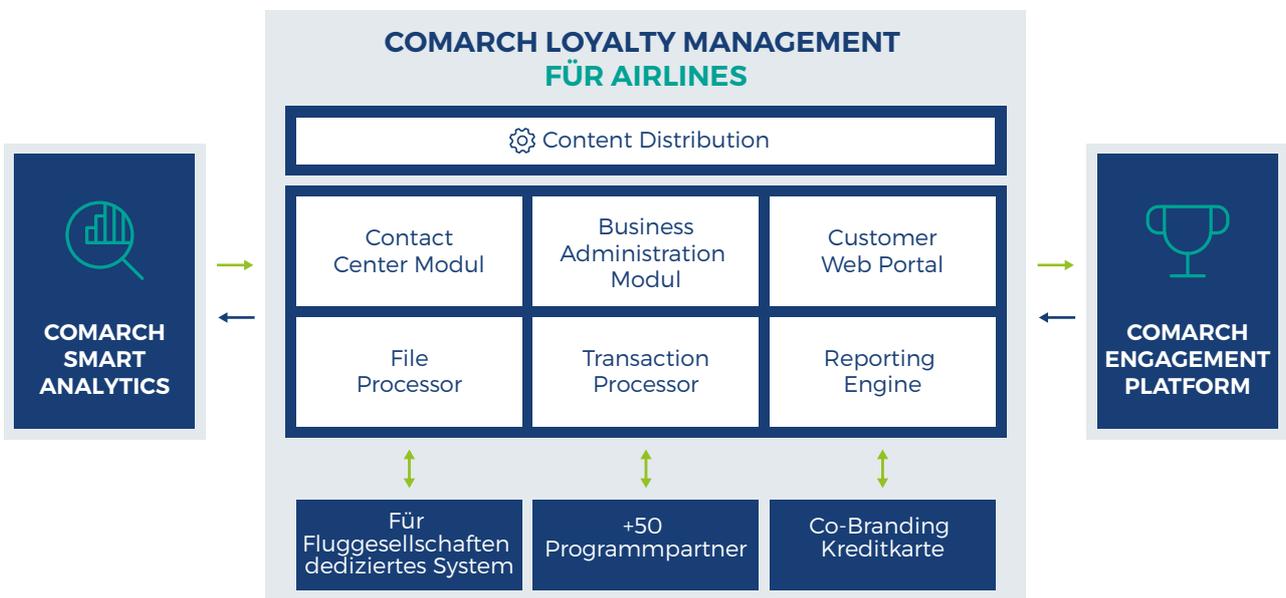
**SmartAnalytics** – Auswertungen von Kundendaten für ein besseres Programmverständnis und höhere Programmleistungen



**Contact Center** – stellt diverse Kommunikationskanäle für die Kommunikation mit den Programmteilnehmern bereit



**Mitgliederportal** – ein Community Portal zur aktiven Einbindung der Programmteilnehmer



## VORTEILE

- Skalierbare Systemarchitektur
- Umfangreiche Verwaltung der Vergaberegeln
- Online-Registrierung
- Einfache Verwaltung der Multi-Partner-Umgebung
- Umfangreiche Hosting-Services
- 24/7-Support
- Umfassende Call-Center-Funktionen
- Mechanismen zur Betrugsvorbeugung
- Erstellung und Koordination von Berichten

## ERGEBNISSE

**JetBlue hat erfolgreich ein neues, umfassendes Kundenbindungssystem eingeführt. Die Einführung umfasste vor allem:**

- Gleichzeitige Ersetzung von Loyalty-Plattform, Erlöskontierung und Plattform für Online-Buchungen
- Migration von 8 Mio. Konten und von über 70 Mio. Transaktionen
- Integration externer IT-Anbieter
- Integration der Co-Branding-Kreditkarte (American Express)
- Integration von mehr als 20 verschiedenen Partnern für die Punktevergabe

## ZAHLEN & FAKTEN



“

„Sowohl unter dem Blickwinkel der Entwicklung als auch der strategischen Ausrichtung erwies sich Comarch als hervorragender Geschäftspartner. Uns beeindruckte vor allem die Fähigkeit von Comarch, Projekte und Aktionen zu beschleunigen sowie die notwendigen Ressourcen zu beschaffen. Den an Comarch erteilten Zuschlag haben wir nicht bereut. Wir freuen uns auf eine langfristige, innovative Zusammenarbeit.“

**JetBlue**

## ÜBER COMARCH

Comarch ist ein weltweit führender Anbieter zum Aufbau und Einsatz effektiver und individueller Kundenbindungsprogramme, mit denen Unternehmen ihre Kundenbeziehungen verbessern und die Kundenbindung stärken 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.