

COMARCH CRM&MARKETING



**IMPLEMENTIERUNG VON COMARCH
LOYALTY MANAGEMENT AM
FLUGHAFEN LONDON HEATHROW**

Heathrow
Making every journey better

FLUGHAFEN LONDON HEATHROW

Der Flughafen London Heathrow ist Großbritanniens einziges Luftverkehrsdrehkreuz. Mehr als 80 Fluggesellschaften verbinden ihn mit 184 Zielen in 84 Ländern. Im Durchschnitt werden in Heathrow mehr als 191.000 Passagiere pro Tag abgefertigt. Damit hat der Flughafen das höchste Passagieraufkommen in Europa und das dritthöchste weltweit. Heathrow verzeichnet zudem weltweit die höchsten Einzelhandelsumsätze eines Flughafens. 2011 ist der Bruttoeinzelhandelsumsatz in Heathrow auf £1,7 Mrd. gestiegen; 2012 hat sich der Nettoeinzelhandelsumsatz pro Passagier um 4,4% auf £5,82 erhöht. In Heathrow gibt es mehr als 400 Ladengeschäfte und mehr als 120 internationale Marken.

GESCHÄFTLICHE HERAUSFORDERUNGEN

Den Flughafen Heathrow frequentieren pro Jahr 70 Millionen Passagiere. Heathrows Ziel war eine kontinuierliche Verbesserung der Reisequalität, wofür eine höhere Personalisierung des Reiseerlebnisses sowie umfassende Kundeninformationen erforderlich waren, die bisher fehlten. Aufgrund von Erfahrungen mit einem früheren Bonusprogramm erkannte Heathrow rechtzeitig den Wandel von Bedürfnissen und das große, bisher ungenutzte Potential, welches sich durch individuelle Ansprache der Passagiere und umfassende Kenntnisse über ihr Verhalten ausschöpfen lässt.

BEI DER WIEDEREINFÜHRUNG DES LOYALITÄTSPROGRAMMS VERFOLGTE HEATHROW FOLGENDE ZIELE:

- Generierung zusätzlicher Umsätze und Einnahmen, indem die Programmteilnehmer animiert werden, Einkäufe in den Flughafen-shops zu tätigen und Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen
- Erhöhung der Anzahl umsatzstarker Teilnehmer
- Gewinnung umfassender Erkenntnisse aus den Transaktionen der Teilnehmer

- Verbesserung der User Experience, indem Programmteilnehmer und die Partner individuell eingebunden werden
- Sicherstellung eines erstklassigen Kundenservice
- Geeignete und ansprechende Prämien
- Einsatz neuester Technologien wie Apple Passbook und einer mobilen Website zur einfachen Bereitstellung von Informationen
- Verbesserung und Beschleunigung der Anbindung neuer Punktepartner
- Schnelle Migration von der alten auf die neue Plattform bei nur minimalen Einschränkungen für den Teilnehmerstamm
- Kostengünstige Verwaltung und Umsetzung des Programms Heathrow Rewards

DIE LÖSUNG

Comarch liefert eine umfassende Kundenbindungslösung, ergänzt um zusätzliche Management- und Betriebsleistungen. Die auf Basis der Plattform Comarch Loyalty Management für Airports implementierte Loyalty-Engine besteht aus vier flexiblen, integrierten Modulen:

- Business Administration – Anwendung für Back-Office-Mitarbeiter zur Konfiguration von Regeln, Prämien, Parametern für die Einlösung und Berichten (im Auftrag von Heathrow von Comarch verwaltet)
- Contact Center Application – Anwendung für Kundendienstmitarbeiter zur Bearbeitung von Kundenanfragen (eingesetzt von Contact-Center-Partnern)
- Web Portal – Anwendung für Heathrow-Rewards-Teilnehmer zur Verwaltung ihrer Konten und Aktivitäten (verwaltet von Heathrow, genutzt durch Programmteilnehmer)
- Mobile Website – mobile Version der Heathrow-Rewards-Website für Android und iOS

Das System wird in einem Comarch-Rechenzentrum gehostet und von Comarch gewartet. Um die Anforderungen von Heathrow an die Bereitstellung umfassender Services wie Helpdesk für die Teilnehmer, Teilnehmer-Website, SLAs und Front-End-Integration erfüllen zu können, hat Comarch zwei Subdienstleister verpflichtet:

- einen im Vereinigten Königreich ansässigen Partner für die Front-End-Integration der PoS-Systeme der Händler und
- ein in Europa führendes Unternehmen für umfangreiche Contact-Center-Leistungen.

WAS IST HEATHROW REWARDS?

Das Programm wurde 1999 als WorldPoints eingeführt und im Mai 2013 als Heathrow Rewards neu aufgesetzt, um die Ansprüche des modernen Reisenden im digitalen Zeitalter zu erfüllen. Heathrow Rewards richtet sich an zwei Teilnehmergruppen – Reisende und Mitarbeiter des Flughafens Heathrow.

Zur Teilnahme am Bonusprogramm Heathrow Rewards ist eine Kundenkarte auf einem der folgenden Wege zu beantragen: über das Internet, vor Ort am Flughafen mit anschließender Online-Registrierung oder telefonisch

Bonuspunkte können in über 400 Geschäften bei mehr als 120 verschiedenen Marken gesammelt und über folgende Wege gutgeschrieben werden:

- Kundenkarte - über einen integrierten Magnetstreifen und Strichcode
- Online – über die Eingabe der Kundenkartenummer auf dem Buchungsformular
- Mobile Kundenkarte - integriert in der Passbook App oder über die mobile Website

Für die am Flughafen getätigten Ausgaben wird pro ausgegebenem Pfund ein Punkt gutgeschrieben, für den Umtausch in der Wechselstube wird pro 10 Pfund ein Punkt gutgeschrieben.

Mit Hilfe von speziellen Prämien und dem Elitestatus lassen sich schneller Punkte sammeln. Wenn ein Teilnehmer innerhalb eines Kalenderjahres:

- 250 Standardpunkte gesammelt hat, erhält er 100 Bonuspunkte extra
- 500 Standardpunkte gesammelt hat, werden künftige Transaktionen mit doppelten Punkten vergütet. Außerdem erreicht der Teilnehmer einen Elitestatus, durch den für alle Folgetransaktionen die doppelte Punktzahl gutgeschrieben wird.

Die gutgeschriebenen Punkte können gegen 5-Pfund-Einkaufsgutscheine oder gegen Rabatte am offiziellen Heathrow-Parkplatz eingelöst bzw. beim Erwerb von Heathrow-Express-Tickets oder Produkten aus dem World-Duty-Free-Bereich direkt verrechnet werden. Außerdem hat der Teilnehmer die Möglichkeit, die Punkte gegen Meilen bei seinem bevorzugten Vielfliegerprogramm, wie bspw. British Airways Executive Club, einzulösen. Zudem bietet Heathrow Rewards seinen Programmteilnehmern die Chance, attraktive Preise durch die Teilnahme an Gewinnspielen und Verlosungen zu gewinnen, sowie regelmäßige Angebote und Promotions.

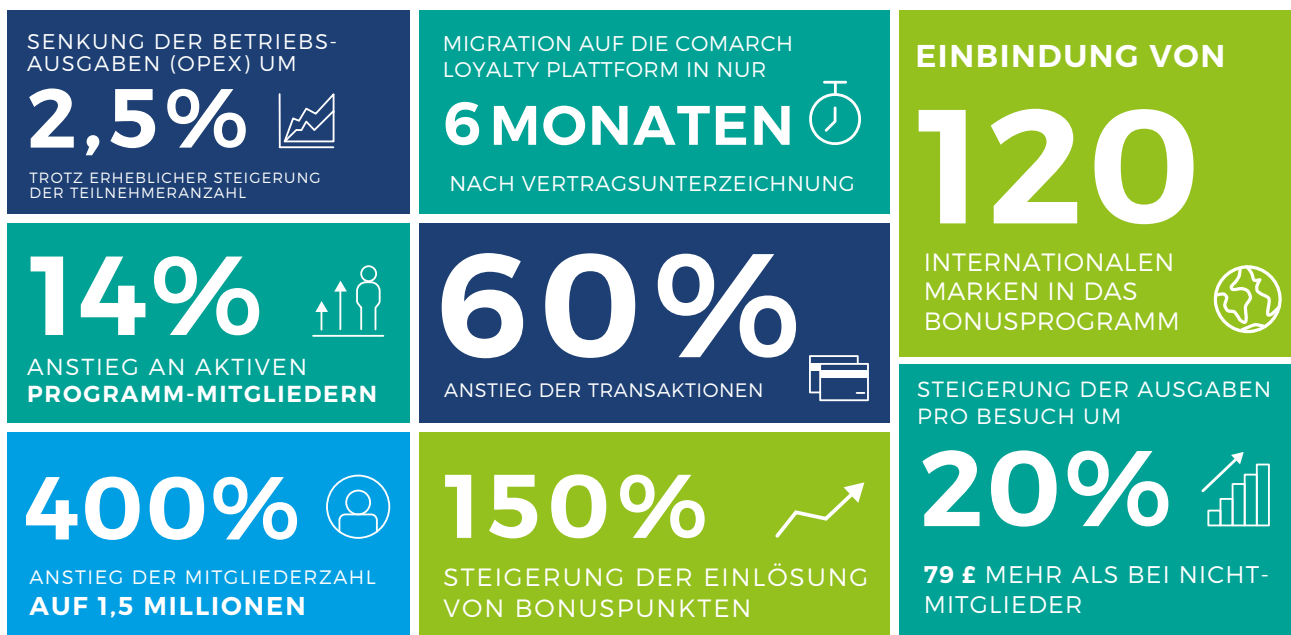
IMPLEMENTIERUNG

Die Implementierung des Systems Comarch Loyalty Management bei Heathrow begann im November 2012, im Mai 2013 wurde die umfassende Lösung in Betrieb genommen. Seitdem arbeitet Comarch kontinuierlich an der Entwicklung neuer und der Erweiterung bestehender Funktionen entsprechend den Kundenbedürfnissen. Seit dem Go-Live des Systems liegen alle Verwaltungs-, Administrations- und Konfigurationstätigkeiten für das System Heathrow Rewards sowie die Erbringung von Leistungen rund um die Gewinnung von Kundeninformationen in Comarch's Verantwortung. Zudem kann Comarch dank der Zusammenarbeit mit Contact-Center-Partnern die wertvollsten Passagiere des Flughafens Heathrow über verschiedene Kommunikationskanäle bedienen.

DIE VORTEILE

Durch die Umsetzung des neuen Konzepts konnte Heathrow ein sehr erfolgreiches Flughafen-Bonusprogramm erstellen, das zu einem wesentlichen Bestandteil in der E-Business-Planung der nächsten Jahre geworden ist. Die Zusammenarbeit mit Comarch hat Heathrow zahlreiche Vorteile gebracht:

- Einblick in die Datenbank, die sowohl Angaben zu Kundenpräferenzen als auch Einzelhandelsdaten enthält
- Verbessertes Angebot für die Kunden, darunter ein Programm für neue Prämienpartner dank flexibler Schnittstelle für die Partnerverwaltung und Integration von PoS und EPOS
- Erweiterung des Prämienangebots für Passagiere durch Einführung von Prämien, die sofort elektronisch in World-Duty-Free-Filialen eingelöst werden können
- Verbessertes Customer Experience durch die mobile Website, virtuelle Kundenkarten für das Smartphone, Gutscheine über Apple Passbook und den Einsatz von Geolocation
- Wiedererkennung auf den Heathrow-Websites
- Integriertes Marketing zu Programmeinführung und Kundenakquise
- Neuer Akquisekanal, der täglich 70 bis 80% neuer Anmeldungen bringt (Wi-Fi-Integration)
- Genauere Ausrichtung von Angeboten und Aktionen auf Kundensegmente anhand der Transaktionshistorie



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.