

Cyfryzacja Lufthansy

#Lotnictwo cywilne 11 marca 2016

Lufthansa zwiększa ilość usług dla pasażerów, wykorzystując nowoczesne technologie informatyczne.



Jedną z nowości wprowadzonych przez Lufthansę jest możliwość nadania bagażu z domu i w trakcie podróży za pomocą aplikacji w smartfonie / Zdjęcie: Lufthansa

Lufthansa, jako pierwsza linia w porcie przesiadkowym w Monachium, testuje usługi oparte na lokalizacji. Jeśli pasażer w swoim smartfonie ma włączone usługi GPS, przewoźnik może skierować poprzez swoją aplikację oferty i usługi dostosowane do miejsca, w którym w danym momencie się znajduje, co może uczynić jego pobyt bardziej komfortowym.

Podczas trwania prób pasażerowie w Monachium otrzymają propozycję wejścia do saloniku biznesowego po uiszczeniu opłaty w wysokości 25 euro (108 zł). Spersonalizowana wiadomość wysyłana jest automatycznie do pasażera znajdującego się w pobliżu saloniku, jeśli nie ma on automatycznego dostępu do strefy biznes ze względu na swój status czy klasę podróży. W planach na najbliższe miesiące jest rozszerzenie usług opartych na lokalizacji również na inne porty.

Kolejnym udogodnieniem jest spersonalizowana oferta dla pasażerów klasy ekonomicznej Lufthansy, umożliwiająca zakup biletu w klasie biznes. Została już wprowadzona na rejsach krótko- i średniodystansowych i jest obecnie testowana na pięciu trasach międzykontynentalnych: z Monachium do Los Angeles i Seulu i z Frankfurtu do Delhi, Szanghaju i Toronto.

Kolejny przykład cyfryzacji to ułatwienie odnalezienia bagażu rejestrowanego. Pasażerowie mogą skorzystać z linku na swoich mobilnych kartach pokładowych w aplikacji Lufthansy, aby śledzić, gdzie aktualnie znajduje się ich bagaż. Przed

przylotem aplikacja informuje nie tylko, na którym taśmociągu znajdzie się bagaż, ale również (od czerwca) wskazuje dokładną godzinę jego dotarcia. Usługa ta jest obecnie dostępna na lotniskach we Frankfurcie, Monachium i Stuttgarcie, a niedługo pojawi się w Mediolanie([Nowe centrum we Frankfurcie](#) , 2015-12-18).

Jeżeli w wyjątkowych przypadkach bagaż nie przyleci tym samym rejsem, pasażer otrzyma powiadomienie i będzie mógł w szybki i łatwy sposób wysłać zgłoszenie poprzez formularz w aplikacji Lufthansy. Oczekiwanie przy taśmie bagażowej oraz przejście do Punktu Rzeczy Znalezionych staną się niepotrzebne, ponieważ bagaż z łatwością przyjedzie bezpośrednio do domu lub do aktualnego miejsca pobytu.

Kolejną nowością w obsłudze bagażowej jest elektroniczna etykieta opracowana przez przedsiębiorstwo Rimowa. Dzięki niej pasażerowie Lufthansy będą mogli nadać za pomocą aplikacji swój bagaż z domu i w trakcie podróży. Jednym kliknięciem będą mogli przesłać dane z elektronicznej karty pokładowej na swoim smartfonie do ich bagażu wyposażonego w elektroniczną etykietę poprzez bluetooth. Informacje dotyczące bagażu wyświetlą się natychmiast na module informacyjnym zintegrowanym z walizką. Bagaż nadany w ten sposób wystarczy tylko położyć na taśmie przy stanowiskach Lufthansy ([Lufthansa uruchamia połączenia do Panamy](#), 2016-03-04).

Informacje dotyczące bagażu mają taki sam rozmiar i kształt jak dzisiejsze etykiety papierowe. Najważniejsza informacja jest zabezpieczona przed działaniem wilgoci, temperatury i wstrząsów i nie można jej oderwać. Po udanych testach przeprowadzanych od jesieni ub. r. wdrażanie tego rozwiązania rozpocznie się 14 marca.

Równolegle Lufthansa wprowadza samodzielnie drukowane etykiety bagażowe w ramach współpracy z Komisją Europejską. Pasażerowie rejsów w granicach Unii Europejskiej mogą wydrukować w domu własne etykiety bagażowe na zwykłym papierze i umieścić je w przezroczystej okładce przymocowanej do walizki. Obsługa bagażu na lotnisku przebiega szybko i wygodnie przy automatach i w punktach odprawy bagażowej.

W fazie rozwoju znajduje się również program SMILE – *Surpass My Individual Lufthansa Experience*. Ma na celu zapewnienie, że konkretna oferta jest prezentowana wyłącznie klientom, którzy mogą być nią zainteresowani.

– Dzięki programowi SMILE chcemy lepiej zapoznać się z potrzebami naszych klientów i oferować im dopasowane i spersonalizowane produkty, usługi i komunikację zgodną z ich preferencjami, w trakcie trwania całej podróży – powiedział dyrektor programu Marcus Casey. Tym sposobem, nie tylko zaspokajamy ich potrzeby, ale także tworzymy wartość dodaną dla klientów.

Powiązane wiadomości

[Cyfryzacja Lufthansy \(2016-03-11\)](#)

[Nowe centrum we Frankfurcie \(2015-12-18\)](#)

[Dwa A380 dziennie do Frankfurtu \(2015-08-27\)](#)

[Trenty 900 dla A380 Emirates \(2015-04-20\)](#)

[17-godzinne loty Emirates \(2015-08-14\)](#)

[50 lat lotów Warszawa-Frankfurt \(2015-09-08\)](#)

[Plany rozwoju PLL LOT \(2015-06-23\)](#)

[Lufthansą z Rzeszowa do Monachium \(2015-11-17\)](#)

[Nowe połączenie z Rzeszowa \(2015-03-11\)](#)

[Avianca Brasil członkiem Star Alliance \(2015-07-23\)](#)

[Nowe kierunki grupy Lufthansa \(2015-10-03\)](#)

[Dodatkowy rejs Bydgoszcz – Frankfurt \(2015-12-16\)](#)

[Lufthansa wchodzi do Bydgoszczy \(2014-11-19\)](#)

[Lufthansa uruchamia połączenia do Panamy \(2016-03-04\)](#)

[Nowe kierunki grupy Lufthansa \(2015-10-03\)](#)

[Lufthansa wspomaga walkę z Ebolą \(2014-11-28\)](#)

[Start nowych Eurowings \(2015-03-06\)](#)

[Lataj z Tintinem \(2015-03-17\)](#)

[A320 Germanwings rozbił się w Alpach \(2015-03-24\)](#)

[Swiss będą pierwszym użytkownikiem CSeries \(2015-05-08\)](#)