

Lufthansa inwestuje w personalizację i digitalizację

#Lotnictwo cywilne #Strategia i polityka 9 marca 2017

Klienci są przyzwyczajeni do organizowania życia zgodnie z indywidualnymi preferencjami. Aby wyjść naprzeciw tym oczekiwaniom, Lufthansa Group inwestuje w personalizację i digitalizację produktu.



W nowych Boeingach 777X, których pierwsze rejsy zaplanowano na 2020, pasażerowie Lufthansy będą mogli kontrolować bezprzewodowo swoje fotele dzięki własnym urządzeniom mobilnym / Zdjęcie: Lufthansa

Do 2020 Grupa Lufthansa zainwestuje 500 mln euro w rozwój i ulepszenie spersonalizowanej oferty. W chmurach czy na ziemi Lufthansa będzie reagować na preferencje klientów indywidualną propozycją. Dla przykładu, już teraz podróżujący mogą pobrać 250 gazet i magazynów w formie elektronicznej (*eJournal*) – ponad 200 tys. pobrań w lutym pokazuje jak entuzjastycznie ta oferta jest przyjmowana. Klienci mogą skorzystać z czatu *Mildred* w czasie rzeczywistym pytając o najlepsze ceny połączeń. Dzięki współpracy z Apple Watch mogą sprawdzić status lotu podczas podróży.

W ostatnim czasie Grupa rozwija także nową aplikację dla osobistego asystenta Google Home. Małe urządzenie będzie wkrótce korzystać z technologii *text to speech*, aby uzyskać odpowiedzi dotyczące zbliżających się połączeń Lufthansy.

- Dla Lufthansy digitalizacja to coś więcej niż rozwój nowych aplikacji. Oferujemy naszym klientom najwyższej jakości innowacyjną technologię odpowiadającą na ich potrzeby i zapewniamy im najlepsze możliwe wsparcie w zakresie podróży. Nie chodzi tylko o główne innowacje, ale również o małe rzeczy, które sprawiają, że podróż jest bardziej komfortowa i spersonalizowana – powiedział Harry Hohmeister, Członek Zarządu Grupy Lufthansa odpowiedzialny za przewoźników sieciowych.

Podczas targów ITB w Berlinie, zarząd Lufthansy ogłosił długo skrywany sekret: nowy Boeing 777X, którego pierwszy rejs zaplanowano na 2020, zostanie wyposażony w zupełnie nową klasę biznes ([Lufthansa kupuje Airbusy A350 i Boeingi 777X](#), 2013-09-19). Perfekcyjna personalizacja i digitalizacja są również motywem przewodnim nowej generacji foteli: pasażerowie mogą kontrolować bezprzewodowo swoje siedzenia dzięki własnym urządzeniom mobilnym. Dotyczy to nie tylko ustawienia fotela, ale również indywidualnego systemu rozrywki pokładowej. – *Fotel będzie czymś więcej niż tylko fotelem. To odpowiedź na konkretne potrzeby klientów – niezależnie od tego czy w czasie podróży wolą spać czy pracować, czy podróżują z dziećmi czy służbowo. Naprawdę jest na co czekać. Zaskoczmy Was!* – powiedział Harry Hohmeister podczas konferencji prasowej na targach ITB.

Nowy fotel klasy biznes reprezentuje nie tylko jakość i personalizację – to także przykład nowej strategii Grupy Lufthansa: stale rosnąca współodpowiedzialność za wszystkie procesy w firmie. Nowe fotele zostały zaprojektowane zarówno dla Lufthansy, jak i Austrian Airlines oraz Swiss.

Platforma *BookaGroup*, która będzie rozwinięta w ramach trzech przewoźników sieciowych w 2. kw. br. jest jednym z dowodów na takie podejście. Partnerzy sprzedaży będą mogli również poprosić o dowolną kombinację podróży grupowej w ramach Lufthansy, Austrian Airlines i Swiss dzięki jednemu narzędziu i natychmiast dokonać rezerwacji.

Grupa Lufthansa w 2017 będzie kontynuować rozwój bezpośrednich kanałów sprzedaży. W długoterminowej perspektywie chce nadal utrzymać przewagę rynkową wyznaczając trendy, oferując atrakcyjne połączenia i usługi spełniające coraz bardziej wyszukane i zmieniające się wymagania partnerów sprzedażowych i klientów korporacyjnych. Lufthansa rozpoczęła wdrażanie nowej strategii sprzedażowej i dystrybucyjnej w 2015. Dzięki najbardziej zaawansowanym technologicznie rozwiązaniom, klienci będą mogli korzystać z nowych, niedostępnych dotychczas ofert, a także z dodatkowych usług, które są bardziej innowacyjne, bardziej atrakcyjne cenowo i zorientowane na klienta niż dotychczas.

Powiązane wiadomości

[Lufthansa inwestuje w personalizację i digitalizację \(2017-03-09\)](#)

[Lufthansa kupuje Airbusy A350 i Boeingi 777X \(2013-09-19\)](#)

[Pierwszy A380 Lufthansy \(2010-05-21\)](#)

[Wielkie zakupy Lufthansy \(2013-03-14\)](#)

[Pierwszy kontrakt na CSeries \(2009-03-12\)](#)

[Boeing ogranicza produkcję 747-8 \(2013-02-13\)](#)

[Lufthansa planuje zakupy \(2013-02-20\)](#)

[Prezentacja niekompletnego A350 \(2013-02-27\)](#)

[Silniki GE9X dla Boeinga 777X \(2013-03-22\)](#)

[Oblot drugiego A350 już wkrótce \(2013-09-12\)](#)

[Pierwszy miesiąc prób A350 \(2013-07-15\)](#)

© Wszelkie prawa zastrzeżone, 2007-2025 Altair Agencja Lotnicza Sp. z o. o