

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНИЦИАТИВЫ

Важную роль в удержании существующих и привлечении новых клиентов играет маркетинговая политика Компании.

АО «ФПК» – клиентоориентированная и социально ответственная компания. В целях повышения уровня удовлетворенности пассажиров, роста пассажиропотока, повышения общей доступности железнодорожных перевозок Компания активно использует стимулирующие маркетинговые инициативы, снижающие тарифную нагрузку на пассажира.

10

тарифных планов

реализовано в 2022 году (>35 точечных маркетинговых инициатив)

АО «ФПК» является компанией, ориентированной на «широкого» потребителя. В целях повышения доступности перевозок и привлечения пассажиров в 2022 году акцент в стимулирующей тарифной политике был смещен с отдельных акций и скидок на реализацию круглогодичных тарифных планов:

- «В День рождения лучше поездом» (скидка 10 % ко дню рождения предоставляется имениннику и не более чем трем его сопровождающим, применяется ко всем типам вагонов);
- скидка 20 % при приобретении невозвратного билета в купе;
- скидка 50 % на проезд детей 10–17 лет в общих, плацкартных вагонах, купейных вагонах двухэтажных поездов, вагонах с местами для сидения второго или третьего класса;

≈1,2

млн пассажиров

в 2022 году удалось привлечь дополнительно за счет гибкой ценовой политики

- «Целое купе» – скидка до 20 % при выкупе целого купе;
- «СИНГЛ» – скидка до 30 % при выкупе СВ целиком;
- «Бархатный сезон» – специальные тарифы в купейных вагонах поездов, следующих в сообщении с курортами черноморского побережья России;
- «Большая семья» – скидка 15 % в купейных вагонах участникам Программы лояльности;
- «Для пассажиров 60+» – скидка 15 % в купейных вагонах для пассажиров старше 60 лет;
- «Скидка в плацкартном вагоне» – скидка до 30 % в плацкартных вагонах в зависимости от расположения места;
- для пассажиров с I группой инвалидности и детей-инвалидов, являющихся участниками Программы лояльности, а также для одного сопровождающего их лица предоставлялось право оформлять билеты со скидкой 50 % в вагоны СВ и 55 % в купейные вагоны.

Разработанный комплекс тарифных планов, направленный на повышение доступности поездок железнодорожным транспортом и транспортной подвижности населения, позволил примерно 17 млн пассажирам совершить поездки с применением скидок.

В 2022 году было реализовано более 20 маркетинговых акций с использованием промокодов, направленных на стимулирование пассажиров к совершению поездок железнодорожным транспортом, увеличение количества участников в программе лояльности, а также расширение базы клиентов, предоставивших согласие на получение информационно-рекламной рассылки.

В рамках проекта «Промокод» за 2022 год были реализованы следующие акции:

- промокоды подписчикам Telegram-канала «Вагон скидок» (в рамках проводимых розыгрышей);
- промокоды клиентам партнера – «Банка ВТБ» (ПАО);
- промокоды как поощрение за участие в опросах АО «ФПК»;
- промокоды компании «Помпа» для проезда участникам проекта «Куда глаза не глядят» (для инвалидов по зрению);
- промокоды в рамках премии «Мы вместе» в целях поддержки Ассоциации волонтерских центров АО «ФПК»;
- промокоды клиентам партнера – сети магазинов «Стокманн» – за совершение покупок в магазине;
- промокоды в рамках акции «Нам по пути» – пассажирам, не совершавшим поездки поездами АО «ФПК» более 1 года и др.

По итогам 2022 года с использованием промокодов было приобретено порядка 16,3 тыс. билетов на сумму более 21,6 млн руб.

В 2022 году перечень маршрутов действия «Деловых проездных» был расширен с трех до восьми направлений. Проездные действуют на маршрутах Москва – Санкт-Петербург, Москва – Ярославль, Москва – Петрозаводск, Москва – Чебоксары и в скоростных поездах «Ласточка» 700-й нумерации (из Москвы в Нижний Новгород, Белгород, Курск и Смоленск).

Всего за 2022 год было приобретено более 2,1 тыс. «Деловых проездных»¹.

Также пассажирам предлагается приобрести персонализированные «Скидочные карты», дающие право приобретать проездные документы (в период действия карты) со скидкой на проезд в вагонах с местами для сидения или в вагонах купе поездов дальнего следования во внутрисубъектном сообщении формирования АО «ФПК». Размер скидки составляет от 10 до 20 % и зависит от выбранного тарифного плана «Скидочной карты».

Всего за 2022 год было приобретено 1 455 скидочных карт.

¹ Справочно: в 2018 году был запущен первый пилот электронной карты «Деловой проездной» на маршруте Москва – Нижний Новгород.

