

dallas
dubai
hong kong

kuala lumpur
london
mumbai

san francisco
shanghai
singapore

sydney
tokyo
zurich



ICLP Zurich asiste a Air Berlín en la revisión de su programa de viajero frecuente.

Zurich, 18 de marzo, 2009. Coincidiendo con el 30 aniversario de Air Berlin; la segunda mayor aerolínea de Alemania; la compañía ha relanzado su programa de viajero frecuente topbonus con el apoyo estratégico de ICLP. Varias jornadas de análisis con representantes de marketing, ventas, servicios al cliente, IT y personal de cabina reunieron información y un amplio análisis de datos y a partir de ello ICLP desarrolló diferentes recomendaciones estratégicas para topbonus.

ICLP centra sus recomendaciones en algunos de los elementos únicos de Air Berlín para la construcción de un programa de fidelización flexible; dirigido a la vez a los viajeros de negocios, así como a los turistas. Por lo tanto, presentaron más de 30 "componentes" en las áreas de costos, valor para el cliente, justicia, implicaciones operativas y viabilidad técnica. A continuación, evalúa las prioridades para la aplicación por parte de Air Berlin. De esta forma, el programa de fidelización de Air Berlín es ahora más sencillo, flexible y personalizado.

Acerca de ICLP

ICLP es la agencia número uno especializada en marketing de fidelización, con oficinas en Londres, Dallas, Dubái, Hong Kong, Kuala Lumpur, Mumbai, San Francisco, Shanghai, Singapur, Sídney, Tokio y Zúrich.

Como agencia de servicios integrados, ICLP cuenta con algunos de los mayores expertos mundiales en creatividad y marketing de fidelización, así como con más de 20 años de experiencia en numerosos sectores, entre ellos el turismo y las líneas aéreas. ICLP tiene una amplia experiencia global y está especializada en maximizar el impacto rentable del marketing de fidelización.

ICLP forma parte de The Collinson Group, que posee y gestiona una cartera global de agencias especializadas y servicios de marketing.

Acerca de Air Berlin

"Air Berlin GmbH & Co. KG aviación", fundó en 1978, Air Berlin, Inc e inicia sus operaciones en 1992 con dos aviones Boeing y 150 empleados. En 2003 se convierte en la segunda línea aérea más grande en Alemania. Hoy, su flota incluye 136 máquinas. Vuela al centro-alemán, Europa y en todo el mundo tiene más de 130 destinos.
www.airberlin.com



managing profitable relationships

world class | consulting • creative • client services