

Федеральная
пассажирская компания

РОЛЬ МАРКЕТИНГА В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ

Как оценить потребность пассажиров?

Доклад заместителя Генерального директора АО «ФПК»
Жегулиной М.О.

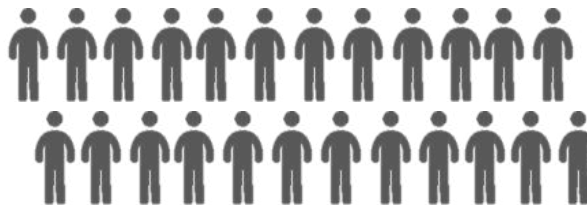
ПИРОГА НА ВСЕХ

НЕ ХВАТИТ

Население страны к 2025

146 млн

По прогнозу
Росстат



66 млн
Пассажиrow в год



+4 млн
Пассажиrow к 2018 г.

106 млн
Пассажиrow в год



+15 млн
Пассажиrow к 2018 г.

58 млн
Пассажиrow в год



+15 млн
Пассажиrow к 2018 г.

600 млн
Пассажиrow в год



+? млн
Пассажиrow к 2018 г.

Целевые рыночные ориентиры ФПК к 2025 году

110 млн.
пассажиров
+20% к 2018 г.



1

Пассажир
+ DIGITAL

75 NPS

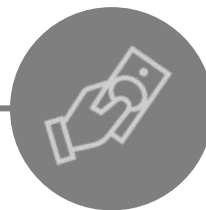
100% в CRM

18% участников
РЖД Бонус

>10 каналов
Online продаж

Продажи
+ DIGITAL

2



95% online

4 продукта
4 класса



3

Продукт
+ DIGITAL



дневной экспресс



ночной экспресс



традиционный поезд



туристический поезд

Продвижение
+ DIGITAL

Пассажироцентричность
и индивидуализация

4



40 млн.

Индивидуальных акций
РЖД Бонус

90%

Узнаваемость ФПК



Мониторинг и
прогнозирование
спроса на основе
Big Data

Планирование поездки

Принятие решения



Упрощение восприятия
процесса покупки билета, сервиса

Покупка билета

ЦИФРОВИЗАЦИЯ

способ достижения
поставленных целей



Цифровой и
биометрический
портрет
пассажира



Оповещения
об изменении расписания,
платформе отправления,
погоде в месте назначения

ID Контроль

Информирование

Индивидуальные
привилегии
программы
лояльности



Wi-Fi портал в поездах
заказ услуг, актуальная
информация о поезде



Пост-сервис

Поездка