

ПРОВОДИМЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ АКЦИИ И ИХ РЕЗУЛЬТАТЫ

Важнейшую роль в удержании существующих и привлечении новых клиентов сыграла маркетинговая политика Компании. Был разработан и успешно реализован комплекс маркетинговых инициатив, направленных на увеличение объемов перевозок.

В дерегулированном сегменте в 2019 году были реализованы 44 глобальные маркетинговые акции и порядка 900 точечных маркетинговых инициатив. Предоставлялись не только скидки на отдельные категории мест (верхние полки), по отдельным направлениям, но и специальные тарифы для конкретных групп пассажиров.

При покупке билетов на проезд в купейных вагонах отправлением с 23 января по 15 апреля и со 2 сентября по 25 декабря 2019 г. предоставлялась скидка 5 % для пассажиров старше 60 лет.

С даты продажи 31 мая 2019 г. действовала скидка 20 % многодетным семьям на проезд во внутригосударственном сообщении в купейных вагонах отправлением с 1 июня по 31 июля 2019 г.

На поезда, отправленные в период с 1 мая по 31 декабря 2019 г., участникам и инвалидам Великой Отечественной войны, а также сопровождающим их лицам (из расчета один сопровождающий для одного участника или инвалида Великой Отечественной войны) предоставлялось право бесплатного проезда по территории Российской Федерации от и до станций Российской Федерации в вагонах класса люкс, СВ, купейных вагонах и вагонах с местами для сидения принадлежности АО «ФПК» в составе поездов дальнего следования всех категорий.

Кроме того, на поезда отправлением в период с 25 мая по 1 июня 2019 г. для детей в возрасте от 10 до 17 лет предоставлялась скидка 50 % на проезд в купейных вагонах по территории Российской Федерации.

В «бархатный сезон» с даты продажи 10 июля при покупке билетов в поезда формирования АО «ФПК» в сообщении с Аглером, Анапой и Новороссийском действовали специальные тарифы на ряд поездов отправлением с 7 октября по 19 декабря 2019 г.



МЛН ПАССАЖИРОВ

ВОСПОЛЬЗОВАЛИСЬ ГЛОБАЛЬНЫМИ МАРКЕТИНГОВЫМИ АКЦИЯМИ¹



МЛН ПАССАЖИРОВ

ВОСПОЛЬЗОВАЛИСЬ ТОЧЕЧНЫМИ МАРКЕТИНГОВЫМИ АКЦИЯМИ¹



ТЫС. ПАССАЖИРОВ

ВОСПОЛЬЗОВАЛИСЬ АКЦИЯМИ ДЛЯ МНОГОДЕТНЫХ СЕМЕЙ И ДЕТЕЙ В ВОЗРАСТЕ ОТ 10 ДО 17 ЛЕТ¹

О Компании

Стратегия развития

Обзор результатов

Корпоративное управление

Устойчивое развитие

Приложения

¹ В дерегулированном сегменте.



РЕГУЛИРУЕМЫЙ СЕГМЕНТ

В регулируемом сегменте реализовано 14 глобальных маркетинговых акций, устанавливающих скидки в зависимости от расположения мест в плацкартных вагонах, скидки детям от 10 до 17 лет, скидки в общих вагонах и скидки в зависимости от уровня сервисной оснащённости вагонов.

В отчетный период при проезде в плацкартных вагонах на верхние боковые места и верхних местах в конце вагона предоставлялась скидка в размере до 50%.

Кроме того, на поезда, отправлявшиеся в период летних каникул с 1 июня по 31 августа, для детей в возрасте от 10 до 17 лет предоставлялась скидка 50 % при проезде во внутригосударственном сообщении в плацкартных, общих вагонах, вагонах с местами для сидения и в вагонах 2-го и 3-го классов моторвагонного подвижного состава.

С 1 мая 2019 г. на весь летний период действовала скидка 5 % в плацкартных и 10 % в купейных вагонах, не оснащенных ЭЧТК и УКВ.

В «бархатный сезон» с даты продажи 10 июля при покупке билетов в поезда формирования АО «ФПК» в сообщении с Аглером, Анапой и Новороссийском действовали скидки на определенные виды полков на ряд поездов отправлением с 7 октября по 19 декабря 2019 г.

По итогам 2019 года глобальными маркетинговыми акциями в плацкартных и общих вагонах воспользовались более 4,5 млн человек, точечными маркетинговыми акциями – порядка 169,6 тыс. человек и скидкой для детей 10–17 лет – более 2,7 млн человек.