

旅客管理领域的新兴趋势 及其重要意义

2012年12月6日

作者：Chris Eite

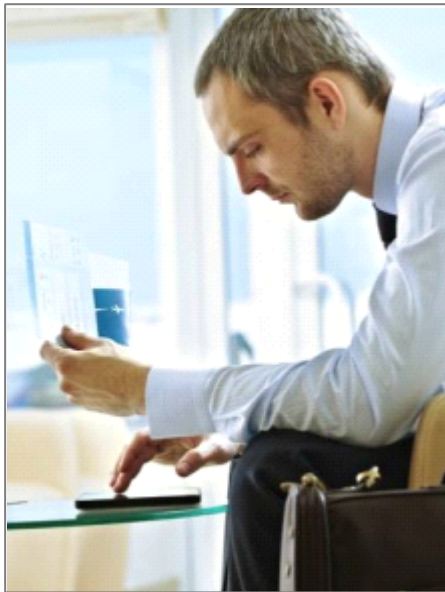
SITA

Create success. Together

值得关注的三大趋势



“时时在线”的
消费者



大数据(Big Data)



全新旅行媒体



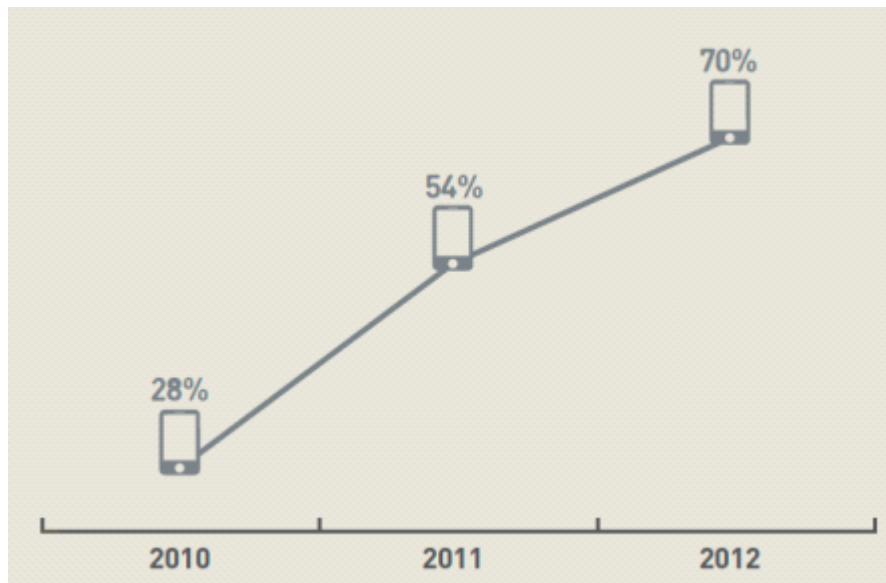
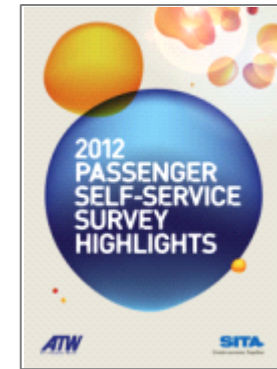


“时时在线”的消费者

SITA

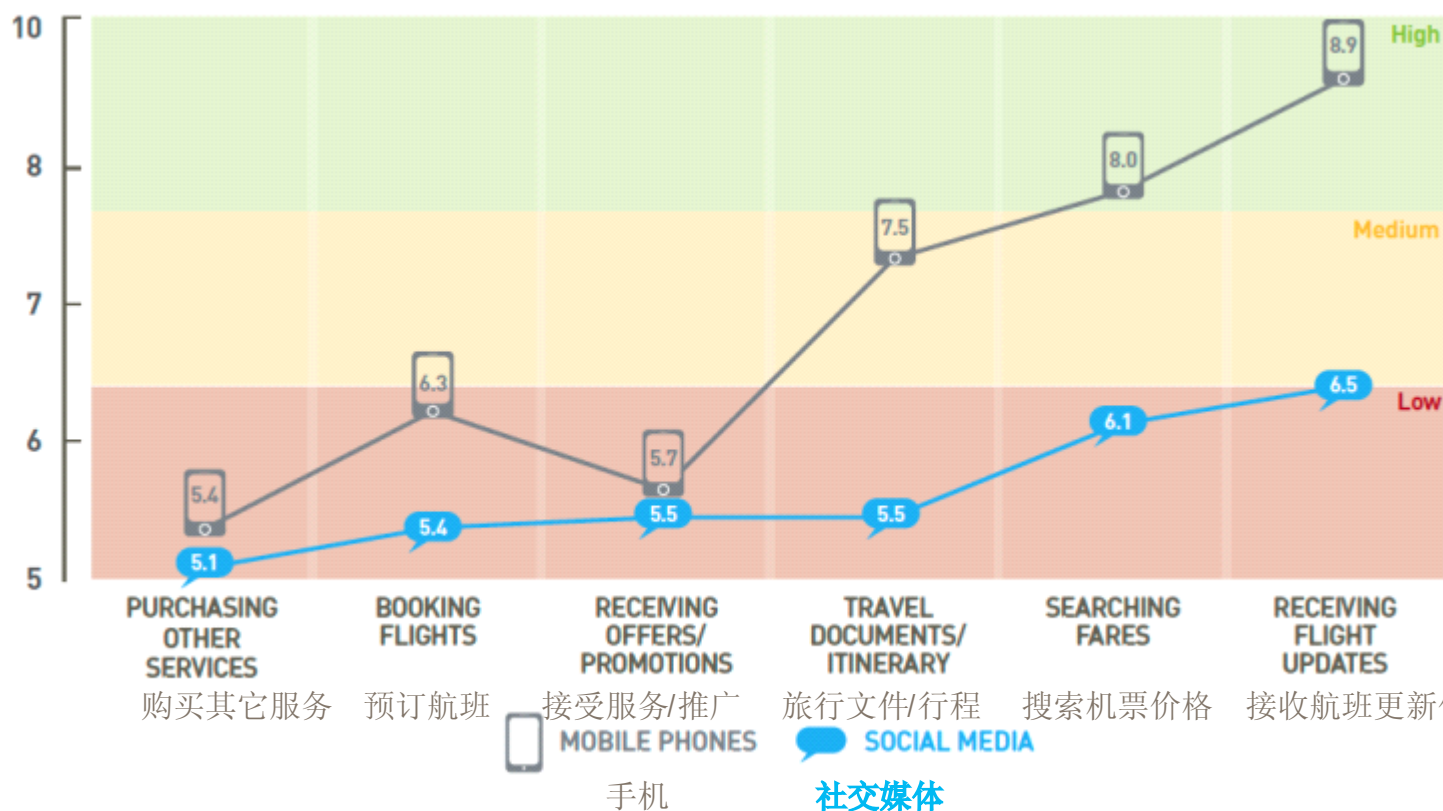
Create success. Together

移动自助服务将至临界点...



携带智能手机旅行的旅客百分比

新型渠道的可行性不断增加...



旅客吸引力
(10分制)



需求与技术兼具



- 但仅提供在线服务还远远不够...
- 移动旅客希望我们的旅客管理系统使他们的旅行生活更简单和更轻松
- 这就需要旅客自助服务(PSS)在处理交易时能够增加附加值
- “智能旅行社”流程可使用已存储的数据以及可配置商业逻辑以简化流程...



显示首选
起飞时间

一旅客延误，希望变更至
下午3点以后的航班

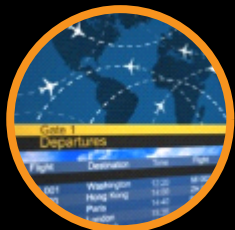


PSS内的自动化
商业流程



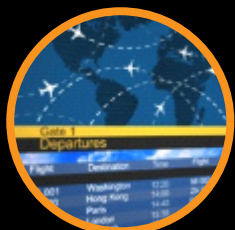
从客户资料
中提取数据

- 首选
- 价值状态
- 安全支付细节



查找相关
旅行细节

- 行程
- 座位信息
- 机票细节



查找类似的
替代航班



查找建议航班的
变更费用



查看旅客适用的
座位选项

- 从客户资料中获取座位
首选信息



点击一次
请求变更航班

点击一次
重新预订



多步骤简化为一个步骤



大数据 (Big Data)

SITA

Create success. Together

大数据的机遇



我们的周遭围绕着企业和客户的各种数据

如果能透视隐藏在数据间的全景画卷，
企业的运营效率将显著提高

分析得越透彻，全景就会越清晰



一名十几岁的少女怀孕，美国零售商塔吉特（Target）甚至比她的父亲更早知道这个事实（2012年2月《纽约时报》）

他们以一段时间之内的购买行为作为分析基础

大数据的挑战

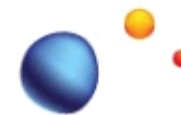


- 90%的数据为非结构化数据
- 数据量巨大，且呈指数级增长



全球90%的数据在2010年之后创建

你拥有许多重要数据资源



你已经拥有的

- PNR数据
- 机票与票价数据
- 客户资料
- 购买历史

但这些信息的访问和使用并非易事...

获取之后你能够利用的数据...

- 客户行为
- 客户互动

更广阔的数据背景...

- 社会网络信息
- 电子邮件，社交信息
- 评论，博客等



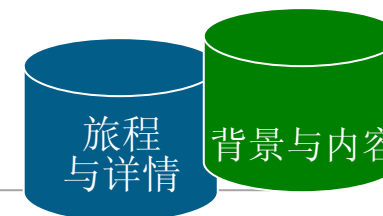
新媒体



新媒体潜在影响力



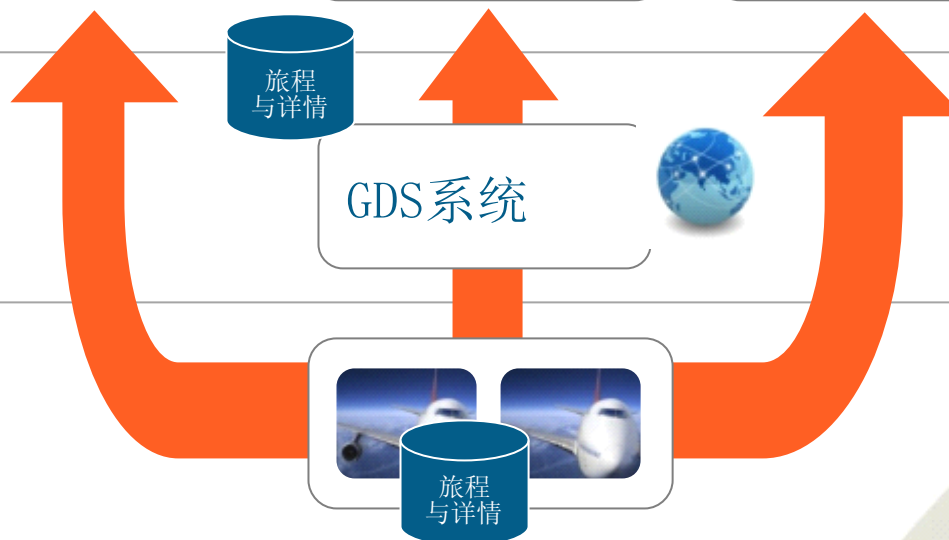
消费者



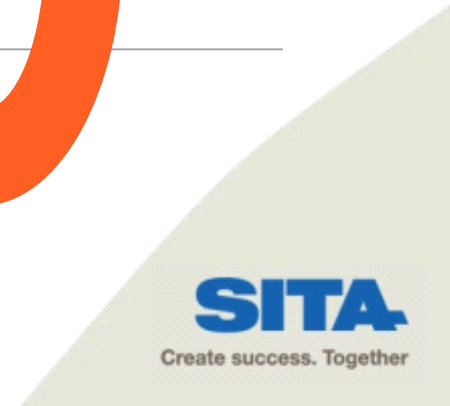
渠道



分销中介



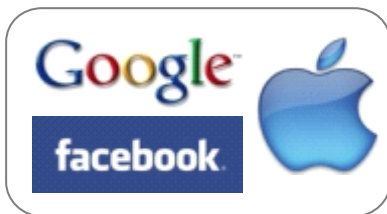
航空公司



谁将真正拥有客户？



无论谁拥有客户，他都将对客户行为和购买模式产生最大的影响...



新进者能最好地利用“大数据”的全部潜力



GDS与旅行社共享大量与个人旅行模式相关的数据



航空公司必须通过提高数据利用效率，提供差异化便捷自助服务，来留住客户

在新的趋势面前，
航空公司应如何保持其影响力？



利用PSS数据 在您能够全面控制的渠道中脱颖而出

