



Datalex

Digital Commerce for Travel Retail



内容

1. 简介
2. 未来航司愿景
3. 数字化转型
4. Q&A



简介

Datalex 首席技术官 Blair Koch

掌控产品推荐



Datalex

完成订单



解锁收入



全渠道



解锁忠诚度



全球触达

>500

全球旅游零售专家
5家分公司覆盖4大洲
关注以中国为代表的高增长市场

数字化商务市场

>10亿

人次使用我们的平台选购旅游产品

产品优势 & 创新

\$200亿

平台交易收入

投产客户 & 合作基础

50+

全球航司客户和合作伙伴



汉莎航空将以5亿欧元的资金来推动“数字化与创新”的重大投资。首席执行官Carsten Spohr表示，汉莎集团的目标是成为“最数字化的航空集团”。



首席执行官Alex Crux: “我们的四大战略支柱：客户、运营、效率和人员，都依靠数字化和技术力量支撑。”



亚航集团首席执行官Tony Fernandes: “我们正在数字化上大力投入，并一直在丰富我们的数字化服务。”



易捷2017上半年业绩报告: “易捷一直站在航空业数字化创新的前沿，而且数字化战略也是易捷整体战略的核心部分。”



首席技术官John Hurley: “我认为瑞安航空未来将成为数字化旅行的领导者，只是恰好也同时经营着一家航空公司而已。”

数字化转型

数字创新平台

准备转型..

你必须确定需求优先级



一切皆可数字化!

定义未来的航司 - 向数字化成长



识别未来航司的**愿景**- WHY



统计实现愿景所需的**能力**- WHAT



定义交付未来航司所需的参考**架构**- HOW



规划向未来架构发展的**路线**- HOW



建立高效创新的**组织架构** - WHO

愿景 - 优质收益和精简成本



以客户为中心

统一识别客户、市场细分、
个性化、场景化



收入优化和洞察

应用机器学习的动态定价-人工智能
精准实时的用户洞察



适应性商业模式

供应商和分销商合作、
联盟、航司集团



航空公司零售

发掘新资源、强化产品和服务、
附加利润



数字化转型

Mobile First - 全渠道
无缝用户体验



安全、高效运营和成本意识

安全、准时& 盈利



全渠道客户体验 – Mobile First / Only

计划 & 购买

- 个性化 – 场景化产品推荐
- 旅行计划 & 偏好
- 创意航司产品 & 服务
- 应用机器学习 / 人工智能的产品推荐

飞行前

- 旅客出行证件准备
- 永久行李标签
- 从出发到登机口全程产品精准营销

客舱内

- Wi-Fi / Portal吸引乘客参与
- 客舱客户关系管理
- 丰富的娱乐选项
- 客舱内销售 – 座位 / 正餐 / 饮料 / 零食
- 免税商品

飞行后

- 从落地到目的地全程产品精准营销
 - 地面交通
- 优化的安检/海关体验

抵达

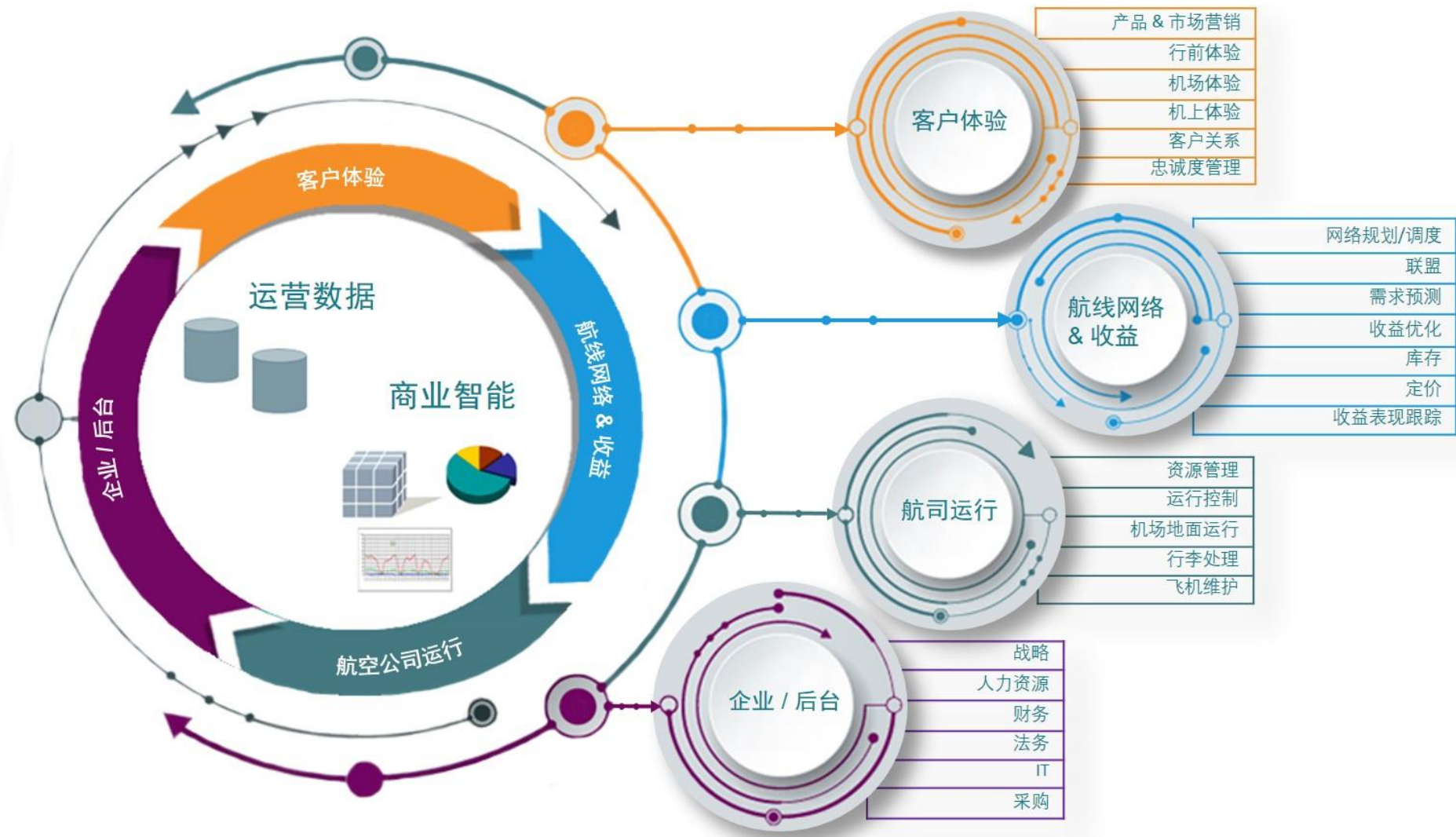
- 问题处理
 - 补偿
- 行程后沟通
- 行程调研 / NPS
- 目的地行李递送

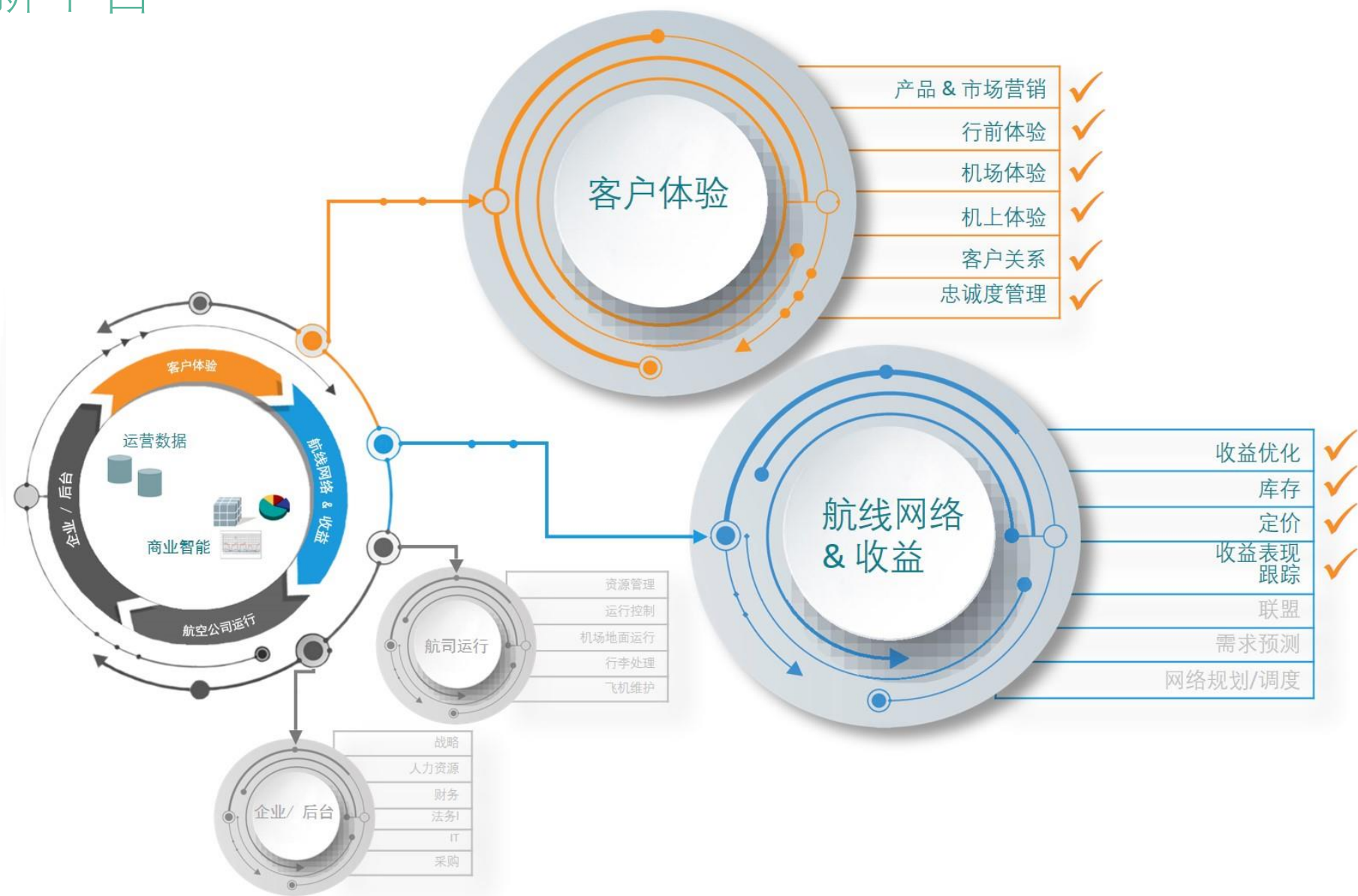
运营互动

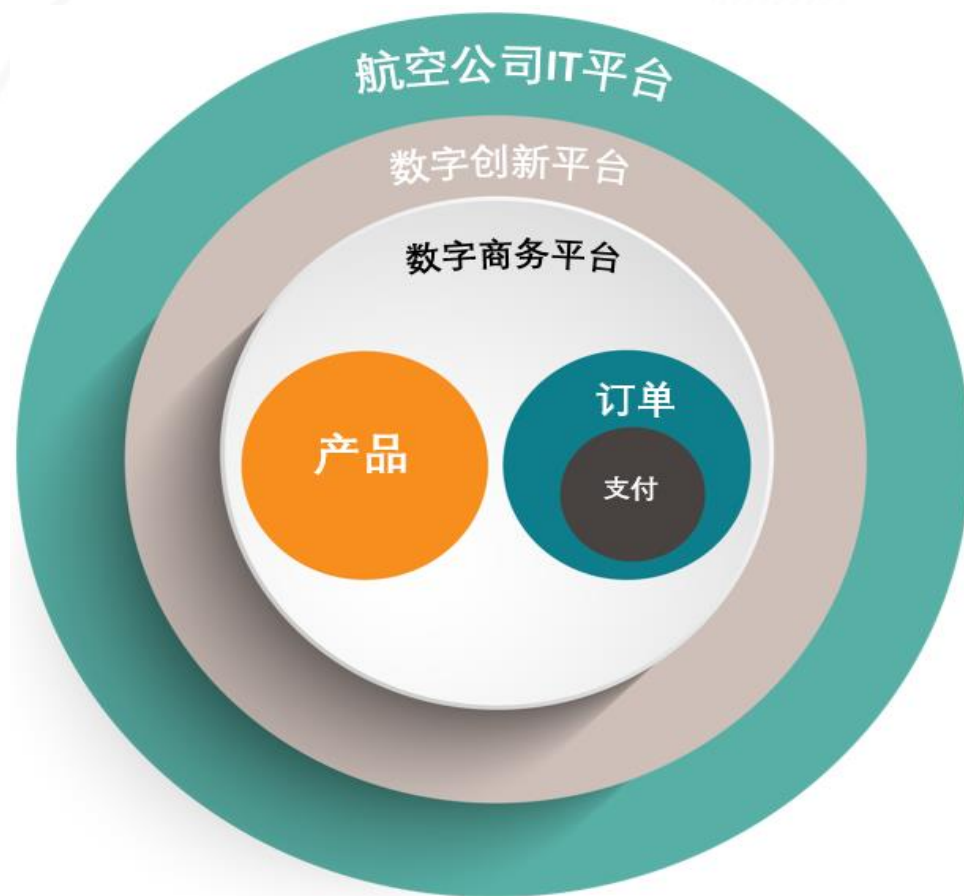
不正常航班沟通

营销互动

中转管理



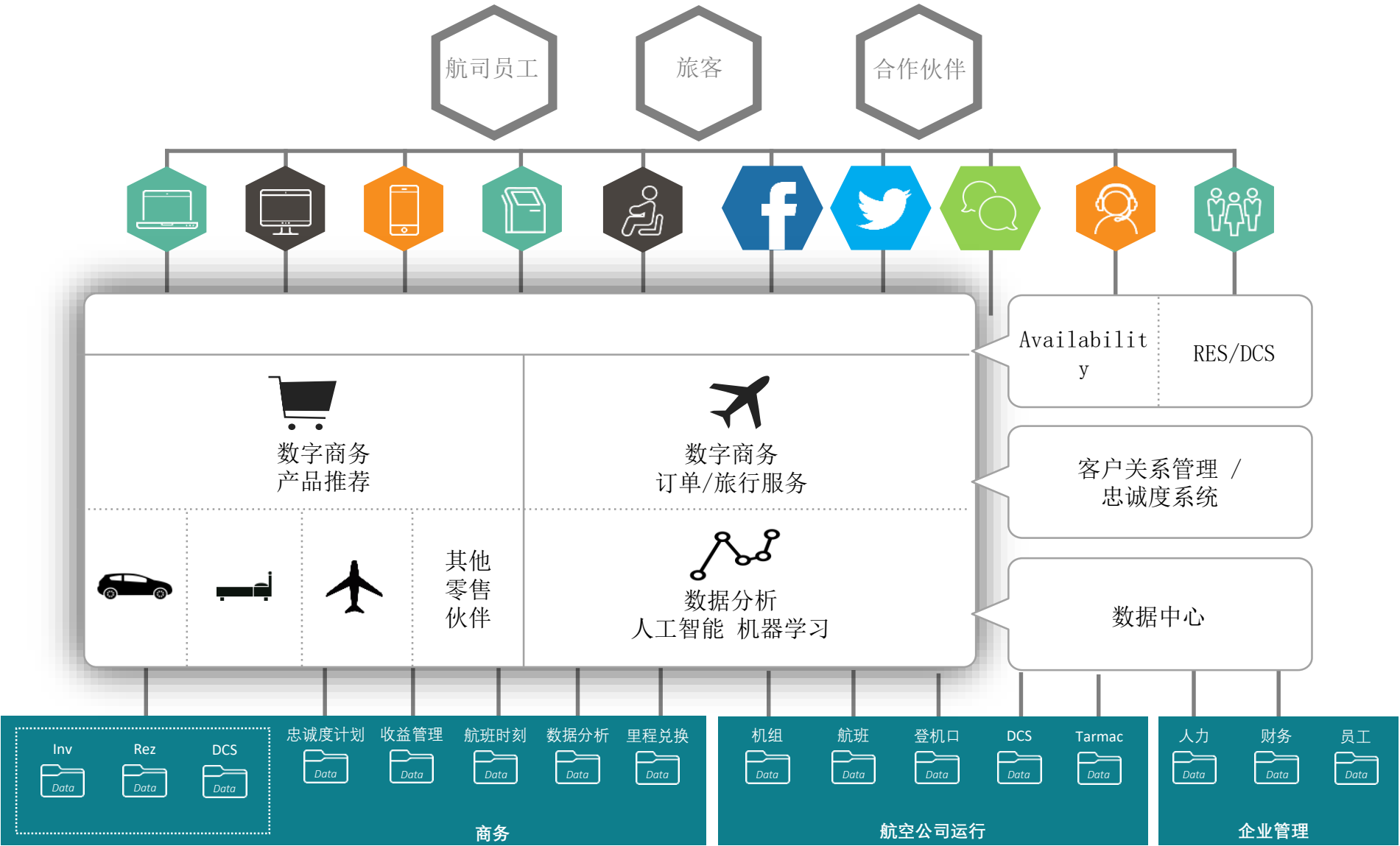




数字商务平台是数字化转型整体能力需求的关键子集



未来航司架构



路线图

向未来架构演变

通向未来 - 路线图

未来

认知产品组合管理和动态定价 | 完整全渠道用户体验
One Order

第三阶段
“认知成熟”

第二阶段
“以客户为中心的全渠道零售”

成熟数据平台 | 用户分析和数字商务平台集成 | 整合全渠道服务

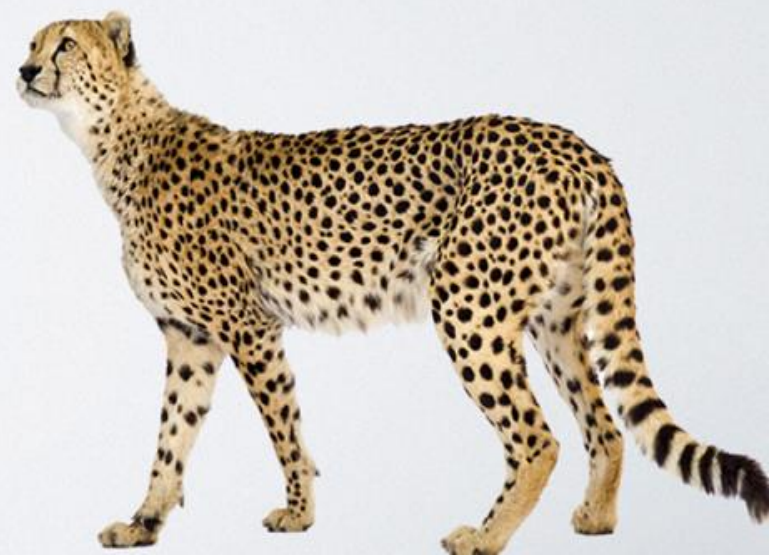
商业愿景和战略 | 现有业务能力 | 应用/方案 | 基础设施 | 数据基础, 包括唯一用户ID
和分析平台 | 抢占移动端 | 数字商务平台集成

第一阶段
“打下基础”
“数据即服务”
“Quick Wins”

现状



适应力最强的航司才能把握数字化转型的步伐



Q&A