

ПЛАНЫ ПО МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКЕ

1 июля 2018 г. совместного с Дирекцией скоростного сообщения – филиалом ОАО «РЖД» состоялся запуск нового продукта «Деловой проездной» на скоростные поезда «Стриж» сообщением Москва – Нижний Новгород. Концепция «Делового проездного» предусматривает внедрение нового типа тарифа, применяемого для дорожных и электронных карт по принципу предоплаты (авансирования) будущих поездок. Внедряемая концепция рассчитана на ограничение числа поездок и срока действия карт.

В 2019 году планируется увеличить полигон реализации данного предложения.

Федеральным законом от 18 апреля 2018 г. № 73-ФЗ «О внесении изменений в статью 83 Федерального закона «Устав железнодорожного транспорта Российской Федерации» перевозчикам предоставлено право с 1 января 2019 г. реализовывать проездные документы (билеты) по тарифам, не предусматривающим условие о получении обратно стоимости проезда при возврате неиспользованного проездного документа (билета) (далее – «невозвратные» тарифы) в дерегулированном сегменте пассажирских перевозок (купе, СВ, люкс). Внесены соответствующие изменения в правила перевозок¹.

Согласно вышеуказанным нововведениям при наличии установленного перевозчиком «невозвратного» тарифа лицо, приобретающее проездной документ (билет) на поезд дальнего следования, самостоятельно определяет, по какому из предложенных ему тарифов будет оформлен такой проездной документ (билет).

Таким образом, в 2018 году сформирована нормативная база, предоставляющая право реализовывать проездные документы (билеты) по «невозвратным» тарифам.

С учетом изложенного АО «ФПК» в 2019 году будет определен перечень поездов, проездные документы (билеты) на которые возможно будет приобрести по «невозвратным» тарифам.

В 2019 году маркетинговой политикой Компании предусмотрено дальнейшее активное внедрение маркетинговых акций и специальных тарифов, направленных на повышение доступности пассажирских перевозок и рост транспортной подвижности населения. Это важный этап на пути к реализации, разработанной в 2018 году Маркетинговой стратегии АО «ФПК» до 2030 года. Стратегия устанавливает долгосрочные целевые маркетинговые ориентиры дальнейшего развития Компании: развитие продуктового предложения, цифровизацию маркетинга и продаж, трансформацию коммуникационной парадигмы, предусматривающей переход на индивидуальный подход к пассажиру, учитывая его предпочтения и возможности.

Кроме того, Компанией на период до 2030 года установлены целевые ориентиры по стратегическим направлениям развития маркетинговой деятельности: продуктовый портфель, тарифы, сбыт, продвижение, программа лояльности, цифровизация маркетинга.

В 2018 году реализовано

96

карт «Деловой проездной»

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА РЫНКЕ ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ

ПРИМЕРЫ РЕАЛИЗОВАННЫХ ПРОЕКТОВ: НОВЫЕ ТРАНСПОРТНЫЕ ПРОДУКТЫ



Дневные поезда

~15

млн

**пассажиров перевезено
+23 % к 2017 году**

О Компании

Стратегия развития

Обзор результатов

Корпоративное управление

Устойчивое развитие

Приложения

¹ Постановление Правительства Российской Федерации от 2 марта 2005 г. № 111 «Об утверждении Правил оказания услуг по перевозкам на железнодорожном транспорте пассажиров, а также грузов, багажа и грузобагажа для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности»; приказ Минтранса России от 19 декабря 2013 г. № 473 «Об утверждении Правил перевозок пассажиров, багажа, грузобагажа железнодорожным транспортом».