

BRITISH AIRWAYS



Tržište

British Airways je prisutan na srpskom nebu s kratkim prekidima već pedeset godina. Prvi letovi British European Airways na relaciji Beograd-Cirih-London startovali su 1957. Direktna linija Beograd-London lansirana je 1970. sa dva leta nedeljno na aerodrom Hitrou. Nakon pauze tokom devedesetih, 1. jula 1996. godine, British Airways je s londonskog aerodroma Getvik poleteo za Beograd avionom Boeing 737 i startovao sa dva leta nedeljno. Danas, British Airways leti na relaciji Beograd-London sedam dana nedeljno avionom tipa Airbus 319 sa biznis (Club Europe) i ekonomskom klasom (Euro Traveller) i sleće na najveći internacionalni aerodrom na svetu - londonski Hitrou. Pošto putnici iz Srbije nastavljaju svoja putovanja do destinacija u SAD, Kanadi i drugim delovima sveta, beogradski letovi se obavljaju na Terminalu 4, namenjenom pre svega dugolinijskim letovima, što našim putnicima ubrzava i pojednostavljuje transfer za nastavak putovanja. British Airways je odlično pozicioniran na srpskom tržištu. Kontinuirani rast prodaje omogućio je povećanje broja letova i dalje unapređivanje usluga, kao i predstavljanje kompletnog paketa elektronskih usluga. Ove godine British Airways predstavio je i radikalno smanjenje cena na evropskim letovima za više od 65 destinacija i sedam miliona sedišta i predstavio je kartu do Londona od 60 evra po pravcu, prenevši poruku putnicima da kvalitet usluge i komfor putovanja, koji su znak prepoznavanja British Airwaysa, ne moraju biti skupi.

Dostignuća

British Airways je ovenčan mnoštvom nagrada tokom godina za različite servise koje pruža, dok su putničke klase proglašavane najboljim nekoliko godina zaredom. Dovoljno je spomenuti da je samo ove godine dobitnik nekoliko turističkih i marketinških priznanja. Naime, British Airways je 2006. godine proglašen za avio-prevoznika godine po izboru putnika svih avio-kompanija na godišnjoj dodeli Sky Trax nagrada. Drugu godinu zaredom i biznis klasa British Airwaysa

proglašena je za najbolju biznis klasu na svetu. Još jedan kuriozitet je da je British Airways jedini evropski prevoznik koji se našao na ovoj listi i među 10 najboljih svetskih avio-kompanija stoji na prvom mestu. Executive Club, loyalty program ove avio-kompanije, već drugu godinu zaredom proglašen je za najbolji loyalty program za poslovne putnike po izboru revije Business Traveller. Nagrade se ponavljaju iz godine u godinu, kako se usluge koje kompanija pruža proširuju, unapređuju i osvežavaju. Redaju se nagrade za najbolju prvu klasu na svetu, nagrade za inovativne funkcije sajta www.ba.com. Dobija zlatnu nagradu za catering, potom nagrade za najbolju prekooceansku kompaniju, najbolju biznis klasu, najbolju ekonomsku klasu, nekoliko nagrada za najbolju avio-kompaniju na svetu i najbolju evropsku avio-kompaniju...

Istorijat

British Airways je ne samo jedna od najvećih kompanija na svetu, već i jedna od retkih kompanija s veoma dugom tradicijom. Naime, počeci



British Airwaysa povezani su sa samim počecima civilnog avio-saobraćaja, za one pionirske poduhvate nakon Prvog svetskog rata, kada je formirana AT&T, kompanija koja je lansirala prve svakodnevne redovne letove na liniji London-Pariz. Ova kompanija preteča je British Airwaysa. Nekoliko manjih britanskih avio-kompanija ujedinilo se 1935. godine i formiralo British Airways Limited, koji je nakon nacionalizacije 1939. godine postao British Overseas Airways Corporation (BOAC). Posle Drugog svetskog rata za evropske letove formirana je nova kompanija British European Airways (BEA). Pedesetih je započeta era džeta koju je predvodio BOAC i let do Johanesburga obavljen je za duplo kraće vreme od uobičajenog. BOAC i BEA, kao dve vodeće avio-kompanije u Britaniji, spojile su se u British Airways 1974. godine. Ova integracija kruinisana je predstavljanjem prvog supersoničnog putničkog servisa Konkord u januaru 1976. godine. British Airways je privatizovan 1987.

Do kraja 2005. godine ova kompanije imala je 49.490 zaposlenih širom sveta. Iako je više od 80 odsto stacionirano u Velikoj Britaniji, politika kompanije je da zapošljava predstavnike različitih nacija, kako bi obezbedila različitost ideja i ispunila različite potrebe svih svojih putnika na letovima do 152 destinacije širom sveta.

Proizvodi/usluge

British Airways je jedina evropska kompanija koja nudi četiri putničke klase na dugolinijskim letovima, dok su na evropskim letovima putnicima na raspolaganju Euro Traveller i Club Europe.

World Traveller – ekonomska klasa British Airwaysa nudi najobuhvatniju paletu usluga za putnike ove klase na svim letovima. Više od 11 miliona putnika leti ovom klasom svake godine. Privatni ekran dostupan je svim putnicima ekonomske klase na svim letovima, kao i funkcija *audio video on demand*, tako da je pred putnikom izbor od 200 zabavnih sadržaja, 100 filmskih i TV programa, 50 CD-ova i 20 igrica, uz radio-stanice i audio-knjige koje može da pusti, pauzira i premotava kada mu odgovara kao na kućnom



DVD uređaju. Za roditelje koji putuju s decom omogućen je prioritet posluživanja dečjeg obroka, dok će deca u okviru Skyflyer programa dobiti i specijalne pakete prilagođene polu i uzrastu koji će ih dodatno animirati uz veliki izbor prikladnih audio i video sadržaja i, naravno, igrice.

World Traveller Plus - British Airways je bio prvi komercijalni avio-prevoznik, koji je još 2000. godine osmislio potpuno novu, četvrtu klasu u svetu avio-saobraćaja, kako bi udovoljio onim putnicima koji žele više komfora i pogodnosti od ekonomske klase i stvorio klasu između ekonomske i luksuzne biznis klase. Po najnovijim istraživanjima British Airwaysa, World Traveller Plus uglavnom koriste poslovni ljudi koji pokazuju sklonost ka sopstvenom biznisu ili radu u firmama male do srednje veličine i kojima je potreban dodatni komfor da bi na destinaciju stigli odmorni. Najčešći korisnici ove klase su takođe i stariji ljudi, porodice s decom i, u slučaju naše zemlje, vrlo specifična struktura – visoki ljudi (zbog 18 cm više prostora i znatno šireg sedišta). Svako sedišta, takođe, ima priključke za telefonsku vezu, notebook računar i za napajanje električnom energijom, što poslovnim putnicima pruža priliku da rade u toku leta.

Club World - British Airways, već poznat kao inovator usluga kako na zemlji, tako i na nebu, postavio je novi standard putovanja, predstavljajući prvi potpuno ravan krevet za putnike biznis klase 2000. godine. Nakon investicije od 100 miliona funti putnicima je predstavljena nova kabina dugolinijske biznis klase (Club World) i čuveni *flat bed* je ovu avio-kompaniju ponovo postavio na mesto lidera.

First – British Airways je dugogodišnji lider za putovanja prvom klasom. Tako da je prvi

ravan krevet na komercijalnim letovima na svetu uveden u avione ove avio-kompanije još 1996. Tokom godina stalno je ulagano u osvežavanje i poboljšavanje usluga, pružajući njenim putnicima savršenu ekskluzivnu uslugu i zagarantovanu diskreciju. Intimna kabina, sedišta koje se pritiskom na dugme otvara u potpuno ravan krevet, a-la-carte meni na raspolaganju tokom celog leta, uz ekskluzivna jela vrhunskih kuvara, najfinija vina, celokupna oprema za spavanje, ekskluzivni saloni na aerodromima - samo su

neke od pogodnosti koje uživaju putnici prve klase. Odabrana posada će putnicima razmestiti i namestiti veliki udoban krevet s posteljinom od najfinijeg egipatskog pamuka.

Saloni – koncept salona za putnike British Airwaysa je drugačiji od uobičajenog i predstavlja značajan deo celokupnog putovanja. Zasnovan po željama korisnika, pruža putnicima mogućnost da ga koriste onako kako im odgovara: za odmor, rad ili relaksaciju. Na aerodromima London Hitrou i Njujork JFK u okviru ovih salona nalazi se i Molton Brown spa centar, gde putnici mogu da se dodatno opuste uz masažu, tretman lica, a nakon tuširanja odelo će ih sačekati ispeglano i osveženo. Putnicima biznis i prve klase, kao i vlasnicima Silver i Gold Executive card, na raspolaganju je 250 salona na aerodromima širom sveta. Poseban je program Sleeper Service za putnike biznis i prve klase koji je osmišljen da bi im se omogućilo što više vremena za odmor tokom leta. Istraživanje je pokazalo da su putnici mogli da spavaju dva sata duže, zahvaljujući večeri i doručku u salonima na aerodromu pre i posle leta, dok su im tokom leta u kabini omogućeni potpuni mir i tišina.

Najnoviji poduhvati

Krajem 2006. godine počela je implementacija novog potpuno ravnog kreveta dugolinijske biznis klase Club World. Ova višestruko nagrađivana kabina sada ima krevet širi za 25 odsto. Promene u dizajnu, tehnologiji i materijalima podigle su ravan krevet British Airwaysa na konceptualni novi nivo, tako da je putnicima sada pruženo još više privatnosti, komfora i prostora za odlaganje stvari uz novi enterijer kabine. Pritiskom na dugme sedišta se otvara u potpuno

ravan krevet uz dodatnu Z poziciju za opuštanje uz gledanje filmova u položaju sličnom onom koje bi telo imalo u nultoj gravitaciji. Paravan između putnika se, takođe, reguliše pritiskom na dugme, a napravljen je po najnovijoj tehnologiji, prvi put korišćenju u avio-industriji. Novine su i veći digitalni ekran od 10 inča, kao i Club Kitchen, kuhinja koja je na raspolaganju putnicima za osveženje i tople ili hladne zakuške tokom čitavog leta, uz standardnu opremu ovog sedišta. Priključak za laptop i sopstveni telefon, deblji i puniji pokrivači, novi pamučni materijali i jastuci u tradicionalnom Osborn Little damask dizajnu upotpunjuju doživljaj putnika.

Promocija

Ovu avio-kompaniju doživljavaju i prepoznaju kao lidera u avijaciji na svetu. Brend British Airwaysa je jedinstven, prepoznatljiv, s dugom tradicijom i vrednim nasleđem i predstavlja sinonim za kvalitet putovanja širom sveta. Putnici British Airwaysa doživljavaju kao pouzdanu, bezbednu, profesionalnu, odgovornu i, pre svega, prijateljski nastrojenu kompaniju. Jedan od dokaza je i odličan plasman na ovogodišnjem izboru Superbrands nagrada (2006) u Velikoj Britaniji (treće mesto, iza Microsofta i BBC-a) u konkurenciji 650 brendova koji su ušli u uži izbor od prvobitnih 1.200).



Vrednosti brenda

Brend British Airways je živ, poseduje ličnost, identitet i karakter. Ta ličnost je pouzdana, inteligentna, pronicljiva i iskrena i ove osobine prepoznaju se u govoru, izgledu i ponašanju brenda. Naravno, uspešna promocija je prilagođavanje potrebama različitih nacija, navikama, željama i potrebama ogromne palete putnika koji i putuju iz različitih razloga. British Airways, reflektujući prošlost (nasleđe i tradiciju), u stvari, projektuje budućnost putovanja.

www.ba.com

ONO ŠTO NISTE ZNALI

British Airways

- Sa 5.000 kreveta na letovima do 72 destinacije British Airways sa najvećim brojem kreveta leti na najveći broj destinacija i godišnje preveze najveći broj putnika biznis klase u poređenju sa svim ostalim biznis klasama ostalih avio-kompanija na svetu.
- Tokom prošlogodišnjih božićnih putovanja servirano je 7.000 parčica božićnog kolača, 60.000 čurećih šnicli za večeru, 55.000 punjenih kolača i pola miliona čokoladnih bombona.
- Sa flotom koja broji 289 aviona predstavlja jednu od najvećih flota u Evropi i avio-kompanija je sa najfrekventnijim preokookeanskim saobraćajem na svetu.
- British Airways godišnje preveze više od 36 miliona putnika od kojih više od 60 odsto nisu Britanci.
- Više od milion i po ljudi svakodnevno poseti sajt avio-kompanije www.ba.com, dok se više od 81 odsto svih putovanja obavlja uz elektronsku kartu.

