

## 02.06.2009 | ВЕСЕННИЙ ПОДЪЕМ ДЛЯ АВС

*Предоставляя фрейт форвардерам, направляющим груз на Россию, возможность выиграть ценные призы в рамках весенней кампании по продвижению услуг привело к увеличению тоннажа авиакомпании ЭйрБриджКарго, а также послужило хорошим поводом для того, чтобы поблагодарить заказчиков за лояльность, которую они проявляют по отношению к авиакомпании.*



Исполнительный старший вице-президент по стратегии, маркетингу и сбыту ABC Татьяна Арсланова сказала: “Несмотря на трудные времена для мировой экономики и неблагоприятные в результате этого последствия для авиагрузовой отрасли, мы смогли получить значительную поддержку от наших грузовых агентов. Наша весенняя рекламная программа была предназначена для объединения усилий по увеличению наших объемов и выражения благодарности своим клиентам за выбор ABC в качестве их предпочтительной авиакомпании. Число откликнувшихся заказчиков превзошло число заказчиков предыдущей кампании по продвижению услуг "To Russia with sports", которая проводилась летом 2008 года. Нас особенно впечатляет то количество стран, которые приняли участие в кампании, и надеемся, что улучшение понимания заказчиками нашей маршрутной сети и услуг позволит нам поддерживать достигнутый уровень грузоперевозок”.

Около 6 500 уникальных пользователей посетили специальный интернет-сайт весенней рекламной кампании по продвижению услуг, который был разработан с целью раскрытия потенциала перевозки импортно-экспортных грузов в/из России. Наибольшее количество посетителей сайта было из Германии – 1 365, ненамного отстали Франция, Япония и Россия. Всего же, участие в данной программе приняли грузовые агенты из более чем 20 стран.

Согласно условиям рекламной кампании, заказчики получали баллы за каждую авианакладную, а также дополнительные очки за вес каждого отправленного груза. Количество отправок на каждого заказчика не ограничивалось. Клиенты также имели возможность увеличить общее количество своих баллов, участвуя в трех специальных интерактивных играх, размещенных на сайте авиакомпании в течение действия программы.