

Маркетинговые инициативы

Важную роль в удержании доли рынка и привлечении новых клиентов играет маркетинговая политика Компании.

АО «ФПК» – клиентоориентированная и социально ответственная Компания. В целях повышения уровня удовлетворенности пассажиров, привлечения пассажиропотока на железнодорожный транспорт, повышения общей доступности перевозок активно используются стимулирующие маркетинговые инициативы, снижающие тарифную нагрузку на пассажира.

Тарифная политика в поездах дальнего следования, как инструмент коммуникации с пассажиром, постоянно совершенствуется.

Для повышения общей доступности перевозок в 2024 году Компания предоставляла клиентам возможность приобрести проездные документы по специальным тарифным планам для разных категорий путешественников:

- «В день рождения лучше поездом» – скидка ко дню рождения 10 % имениннику и трем сопровождающим во все типы вагонов;
- «Невозвратные тарифы» – скидка 20 % при приобретении невозвратного билета в последнее четырехместное купе купейного вагона;
- скидка 50 % на проезд детей 10–17 лет в общих, плацкартных, купейных вагонах двухэтажных поездов, вагонах с местами для сидения второго, третьего классов моторвагонного подвижного состава;
- «Целое купе» – скидка до 20 % при выкупе целого купе;
- «Сингл» в вагонах СВ – скидка 20 % при выкупе СВ целиком;
- «Большая семья» – скидка 15 % в купейных вагонах семьям с тремя и более детьми;
- «Путешествуй с детьми» – скидка 15 % в купейных вагонах для пассажиров, путешествующих с ребенком до 17 лет включительно;
- «Для пассажиров 60+» – скидка 15 % в купейных вагонах;
- «Для пассажиров из числа инвалидов» – скидка 50 % при проезде в специализированном купе для пассажиров из числа инвалидов и одного сопровождающего их лица, в купе и СВ пассажиров с первой группой инвалидности и одного сопровождающего их лица, детей-инвалидов и одного сопровождающего их лица, являющегося участником Программы лояльности;

- Программа лояльности для студентов – скидка 25 % для студентов и аспирантов очных отделений, участвующих в студенческом проекте Программы лояльности, на проезд в купейных вагонах поездов дальнего следования и вагонах с местами для сидения скоростных поездов;
- «Участникам и инвалидам ВОВ», «Жителю блокадного Ленинграда» – бесплатный проезд участникам, инвалидам Великой Отечественной войны и одному сопровождающему их лицу, лицам, награжденным знаком «Жителю блокадного Ленинграда», и одному сопровождающему их лицу.

11
тарифных планов
реализовано в 2024 году

>2,0
млн пассажиров
удалось привлечь
дополнительно за счет гибкой
ценовой политики в 2024 году

Комплекс тарифных планов, разработанный для повышения доступности поездок железнодорожным транспортом и транспортной подвижности населения, позволил примерно 13 млн пассажиров совершить поездки с применением скидок.

Проекты, реализованные в 2024 году

Тарифные продукты

В 2024 году перечень «Деловых проездных»¹ расширен до 11 направлений: Москва – Санкт-Петербург, Москва – Брянск, Москва – Калуга, Москва – Курск, Москва – Нижний Новгород, Москва – Петрозаводск, Москва – Ростов-на-Дону, Москва – Смоленск, Москва – Чебоксары, Москва – Ярославль и Хабаровск – Владивосток.

Помимо этого, часто ездящим пассажирам предлагается приобрести персонализированные скидочные карты, дающие право покупать проездные документы (в период действия карты) со скидкой от 10 до 20 % на проезд в вагонах с местами для сидения или в вагонах купе поездов дальнего следования во внутрисообщественном сообщении формирования АО «ФПК». Размер скидки зависит от выбранного тарифного плана скидочной карты. Всего за 2024 год было приобретено около 1,8 тыс. скидочных карт.



Всего за 2024 год было
приобретено более

6,9 тыс.

«Деловых проездных»

Всего за 2024 год

~13

млн пассажиров

воспользовались скидками

>6,9 тыс.

«Деловых проездных» куплено

~1,78 тыс.

скидочных карт приобретено

¹ Справочно: в 2018 году был запущен первый пилот электронной карты «Деловой проездной» на маршруте Москва – Нижний Новгород.