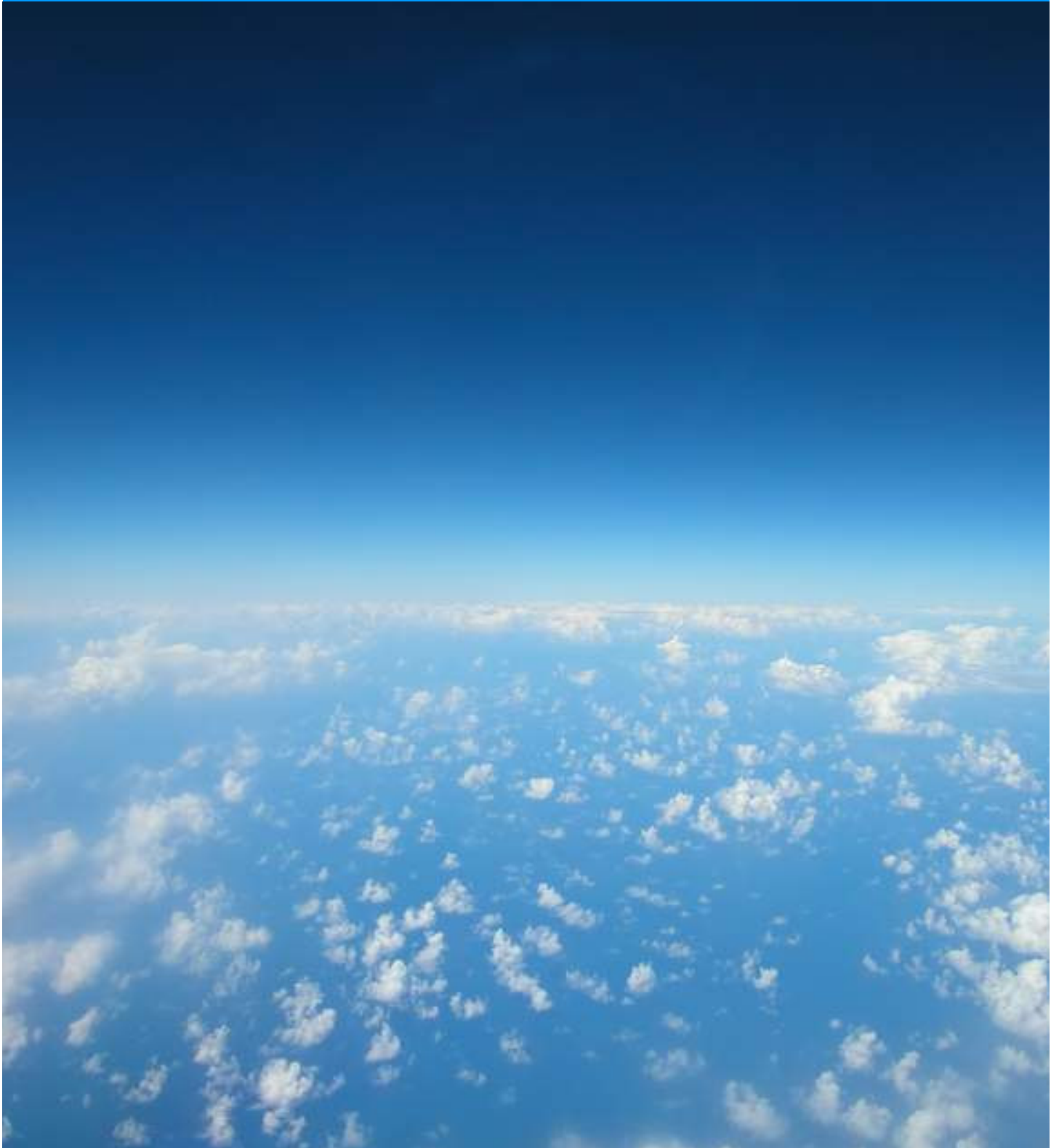


FUTURE TRAVELLER TRIBES 2029

aMADEUS



HenleyCentreHeadlightVision





1. Wstęp firmy Amadeus
2. Nasze podejście: wprowadzenie do raportu i perspektywy rozwoju.
3. Główne trendy mające wpływ na przyszłe podróże
 - Korzystne trendy
 - Niekorzystne trendy
 - Trendy konsumenckie wpływające na przyszłe potrzeby i oczekiwania podróżnych
4. Rozwój technologii podróżowania
 - Wiarygodna tożsamość cyfrowa
 - Zintegrowane systemy informacyjne
 - Dostęp do informacji o aktualnej lokalizacji w czasie rzeczywistym
 - Nowe technologie komunikacyjne
 - Inne innowacje technologiczne
5. Cztery grupy przyszłych podróżnych.
 1. Aktywni Seniorzy
 2. Globalne Rodziny
 3. Globalni Pracownicy Dojeżdżający
 4. Międzynarodowi Dyrektorzy
6. Załączniki



Wstęp do opracowania „Grupy przyszłych podróżnych”

Jacy będą przyszli podróżni?

Jak różne od dzisiejszych będą ich potrzeby?

Jak powinni działać przewoźnicy, by zapewnić sobie lojalność klientów?

Czy technologia może znacznie poprawić wrażenia z podróży?

We wszystkich tych pytaniach chodzi przede wszystkim o klienta. Nieustanne spełnianie i uprzedzanie jego potrzeb ma kluczowe znaczenie dla sukcesu komercyjnego w sektorze turystyki zagranicznej.

W niedalekiej przeszłości, sektor ten musiał stawić czoło wielu przeciwnościom, w tym geopolitycznej niestabilności oraz rosnącym cenom ropy, jak również coraz większej konkurencji.

Mimo wszystko, sektor turystyki udowodnił, że potrafi działać sprawnie. Przewoźnicy zaczęli oferować innowacyjne usługi, zastosowali nowe metody pracy i technologie.

Jednak jedno się nie zmieniło; w każdej działalności turystycznej najważniejszy jest klient. Właśnie dlatego staramy się zrozumieć potrzeby podróżujących, zarówno obecne, jak i przyszłe. Firma Amadeus rozważnie inwestuje i dostarcza rozwiązania technologiczne, odpowiadające potrzebom naszych partnerów w branży turystycznej.

Dzięki współpracy z ekspertami ds. transportu lotniczego oraz analitykami zyskaliśmy cenne wskazówki w kwestii przyszłych trendów w dziedzinie podróży. Skoncentrowaliśmy się na czterech najbardziej interesujących grupach podróżnych, które mogą pojawić się w ciągu najbliższych kilku lat.

Jako dostawca technologii, zbadaliśmy również implikacje technologiczne. Uważamy, że technologia powinna poprawiać jakość podróżowania i rozwijać coraz bardziej intuicyjną interakcję z klientem. To podejście nazwaliśmy *humanizacją technologii*. Choć niektóre perspektywy technologiczne przedstawione w tym raporcie są zupełnie nowe, inne zaczynają być stosowane i bez wątpienia w przyszłości staną się bardziej rozpowszechnione.

Niniejszy raport nie zawiera zdecydowanych prognoz na przyszłość, nie jest też wyczerpującą analizą grup przyszłych podróżnych. Ma on za zadanie pobudzić dyskusję o tym, co może przynieść przyszłość.

Mamy nadzieję, że raport się Państwu spodoba i że zainicjuje debatę na temat przyszłych perspektyw w branży turystycznej.

Frédéric Spagnou

Wiceprezes, Airline Business Group, Amadeus





Wprowadzenie do raportu

Niniejszy raport przedstawia cztery grupy przyszłych podróżników, trendy, które przyczyniają się do ich powstania oraz wpływ innowacji technologicznych, które firmy organizujące podróże mogą zastosować aby wzbogacić doświadczenia podróży począwszy od rezerwacji biletu aż do przylotu.

Aktywni seniorzy



Globalne Rodziny



Globalni Pracownicy Dojeżdżający



Międzynarodowi dyrektorzy



W ostatnich kilku dekadach nastąpił rozkwit globalnego podróżowania. Rośnie poziom bogactwa i podróżowanie staje się coraz bardziej dostępne a podróżujący w pierwszych latach XXI wieku są bardzo zróżnicowani.

W niniejszym raporcie wyróżniono *cztery grupy podróżnych*, co do których trendy społeczne, ekonomiczne i demograficzne wskazują, że ich liczby znacznie wzrosną w ciągu następnych 15 lat. Chociaż ww. grupy nie stanowią pełnej mapy przyszłych podróżnych, zostały wybrane ponieważ ich różnorodne potrzeby mogą zostać użyte w celu podkreślenia możliwości i kwestii, które zostaną zaprezentowane firmom organizującym podróże.

Technologie komunikacyjne, systemy dystrybucyjne, technologie sensoryczne oraz identyfikacyjne są w fazie rozwoju. Dobrze wykorzystane, umożliwią firmom organizującym podróże zapewnienie klientom bardziej efektywnego, bezproblemowego i mniej czasochłonnego doświadczenia podróży na wszystkich jej etapach - poprzez rezerwację, odprawę, podczas lotu po odbioru bagażu.

Wiele technologii jest już dostępnych, ale rzadko są wykorzystywane, tak jak opisano to w niniejszym raporcie. Podobnie, ludzie pasujący do opisu wymienionych obok czterech grup już podróżują. Nasze badania wykazują, że ich liczba znacznie wzrosnie do roku 2020 a rozwijanie usług, które spełniają potrzeby tych grup podróżnych, mogą wpłynąć na pozytywne doświadczenie podróży dla wszystkich.



Jak powstał niniejszy raport?

Niniejszy raport został opracowany przez firmę Henley Centre HeadlightVision we współpracy z firmą Amadeus z wykorzystaniem doświadczenia ekspertów zarówno z branży turystycznej, jak i innych dziedzin.

Zastosowane metody pracy

Modele wyżej wymienionych czterech grup przyszłych podróży, jak również technologie, które poprawią przebieg podróży od momentu rezerwacji biletów do przylotu na miejsce docelowe i później, zdefiniowano i opracowano przy pomocy szerokiego zakresu metod i tekstów źródłowych.

Firma Henley Centre HeadlightVision wstępnie przeanalizowała zebrane materiały pod kątem grup przyszłych podróży. Analizowane źródła obejmowały:

- Własne zasoby wiedzy o świecie firmy Henley Centre HeadlightVision, w tym:
 - **raport GlobalEnergies**, globalne trendy w zachowaniu konsumentów i marek, oraz
 - **raport HenleyWorld**, badanie postaw konsumentów przeprowadzone w 14 krajach reprezentujących ponad 70% światowego PKB.
- Różne źródła zewnętrzne, w tym: Światowa Organizacja Handlu WTO, ONZ, Organizacją ds. Współpracy Ekonomicznej i Rozwoju OECD, Bank Światowy, portal informacyjny o podróżach i połączeniach lotniczych Official Airline Guide oraz Brytyjskie Zrzeszenie Ośrodków Informacji Turystycznej (Association of National Tourist Office Representatives). Pełną listę źródeł zamieszczono w załączniku 1.

Firma Henley Centre HeadlightVision zorganizowała warsztaty i rozmowy pomiędzy firmą Amadeus a przedstawicielami linii lotniczych oraz innymi ekspertami ds. technologii podróży w celu zatwierdzenia ww. modeli grup podróży oraz opracowania pomysłów innowacji technologicznych dla każdej z ww. grup.

O firmie Henley Centre Headlight Vision

Henley Centre HeadlightVision (HCHLV) jest firmą konsultingową zajmującą się prognostyką sprzedaży i marketingiem. Specjalizuje się w pomaganiu klientom w przewidywaniu trendów, które będą miały wpływ na ich przyszłe otoczenie biznesowe, po to, aby mogli wykorzystać tę wiedzę do planowania strategicznego, maksymalizując w przyszłości potencjał swej działalności, marek oraz organizacji.

HCHLV ma biura na całym świecie: w Londynie, Nowym Jorku, Delhi, Bombaju i Pekinie. Informacje o trendach zbiera na całym świecie poprzez badania ilościowe prowadzone przez swych partnerów w 14 krajach oraz jakościowe poprzez sieć „obserwatorów miejskich”, którzy działają w 40 miastach na 5 kontynentach, nieustannie poszukując nowych trendów.

Firma Henley Centre HeadlightVision zyskuje coraz większą renomę jako najlepszy ośrodek w dziedzinie prognostyki sprzedaży i tworzenia strategii działania. Firma HCHLV rozwinęła bogatą ofertę scenariuszy i innych narzędzi poprawy sprzedaży, dla klientów zarówno z sektora prywatnego, jak i państwowego, w tym instytucji rządowych. Więcej informacji można znaleźć pod adresem www.hchl.com.

O firmie Amadeus

Amadeus to światowy lider w dziedzinie technologii i systemów dystrybucji, oferujący rozległą znajomość branży turystycznej i transportu lotniczego, jak również najnowocześniejsze rozwiązania, dostosowane do specyficznych potrzeb linii lotniczych, niezależnie od ich wielkości, modelu biznesowego i zasięgu rynkowego. Systemu najnowszej generacji do zarządzania relacjami z klientami, *Amadeus Altéa CMS*, używają zarówno przewoźnicy lokalni, jak i sieci przewoźnicze. Pakiet *Altéa*, oparty na nowatorskiej koncepcji wspólnej platformy branżowej, poprawia wydajność operacyjną i podnosi przychody. Pakiet zawiera systemy rezerwacji *Altéa Reservation*, inwentaryzacji *Altéa Inventory* i kontroli lotów *Altéa Departure Control*.

Oferujemy również system zarządzania relacjami z klientami dostosowany do potrzeb tanich linii lotniczych, stosowany już przez przewoźników w Europie i USA, oparty na elastycznej technologii. Zapewnia on sprawne działanie i łatwe dostosowywanie się do zmiennych wymogów operacyjnych. Oba zintegrowane systemy uzupełnia pakiet *Amadeus e-Travel Airline Suite*. Ponad 70 najprężniejszych linii lotniczych na świecie używa go do zarządzania ponad 250 stronami internetowymi na ponad 80 rynkach.

Inne autonomiczne systemy to, m.in., systemy integracji przychodów *Amadeus Revenue Integrity*, program do automatycznej wymiany biletów *Amadeus Ticket Changer*, oraz pełen zakres oprogramowania do sprzedaży biletów; łącznie z elektronicznym zakupem biletów na trasy łączone oraz technologiami zarządzania postugiwaniem się biletami na ziemi.

Więcej informacji na temat rozwiązań firmy Amadeus dla linii lotniczych można znaleźć pod adresem

www.amadeus.com/airlines