

10 milionów biletów PKP Intercity sprzedanych za pośrednictwem
zewnętrznych partnerów

W ciągu niespełna dwóch lat PKP Intercity sprzedało 10 mln biletów za pośrednictwem swoich partnerów w ramach ujednoliconych warunków handlowych. Duże zainteresowanie podróżnych jest dowodem na skuteczność strategii rozwijania sieci sprzedaży narodowego przewoźnika o kolejne kanały.



fot. PKP_Intercity

Dostępność biletów na połączenia PKP Intercity u zewnętrznych partnerów cieszy się coraz

10 milionów biletów PKP Intercity sprzedanych za pośrednictwem zewnętrznych partnerów

większą popularnością. Sprzedaż biletów za pośrednictwem pierwszego zewnętrznego agenta rozpoczęto w maju 2022 r. Sukcesywnie bilety PKP Intercity oferowały kolejne platformy. Dzisiaj z narodowym przewoźnikiem współpracuje sześciu partnerów: mPay, e-podróżnik.pl, SkyCash, KOLEO, Jakdojade oraz eTravel. Przewoźnik poinformował, że w ramach wspólnych działań sprzedanych zostało już 10 milionów biletów.

Jak pokazują wyniki sprzedaży, współpraca z partnerami w ramach ujednoliconych warunków handlowych przynosi korzyści dla wszystkich stron. Nasi partnerzy mają możliwość sprzedaży biletów przewoźnika, który cieszy się rosnącą popularnością, na klarownych i korzystnych warunkach. Pasażerowie zyskują natomiast wygodny dostęp do naszej oferty. Cieszymy się, że podróżni tak chętnie korzystają z wprowadzanych przez nas rozwiązań – powiedział Tomasz Gontarz, wiceprezes zarządu PKP Intercity.

UWH wielkim sukcesem PKP Intercity

Nowy model sprzedaży, którego wdrażanie rozpoczęto we wrześniu 2021 roku, wyróżnia się ujednoliconymi warunkami handlowymi (UWH) dla wszystkich partnerów. Dzięki temu uproszczone zostały wszelkie kwestie formalne związane z nawiązaniem współpracy. Zyskują na tym przede wszystkim pasażerowie, którzy korzystają z transportu mieszanego. W ten sposób mogą trzymać swoje bilety w jednym miejscu. Tym samym podróże po Polsce, jak ich planowanie stało się jeszcze łatwiejsze.

Priorytetem naszej strategii sprzedażowej jest uczynienie procesu kupowania biletów tak prostym i wygodnym, jak to tylko możliwe dla wszystkich naszych klientów. Przewidujemy, że w najbliższych latach

10 milionów biletów PKP Intercity sprzedanych za pośrednictwem
zewnętrznych partnerów

popularność podróży kolejowych będzie nadal wzrastać. Dlatego staramy się, aby zakup biletów PKP Intercity był jak najbardziej bezproblemowy i możliwy za pomocą szerokiego wachlarza platform – dodaje Gontarz.

Rozszerzenie sieci sprzedaży biletów jest elementem realizowanej strategii PKP Intercity, która jako jeden z kluczowych celów wyznacza usprawnienie i uproszczenie procesu obsługi podróżnych poprzez wprowadzenie kolejnych rozwiązań cyfrowych.

źródło informacji: PKP Intercity