

Aplikacja PKP Intercity to coraz chętniej wybierany przez pasażerów kanał sprzedaży. W 2023 r. zakupiono za jej pośrednictwem blisko 3 mln biletów. Od 8 stycznia br. zyskuje nowe funkcjonalności, które ułatwią podróżowanie pasażerom posiadającym bilety okresowe i Karty Intercity przeznaczone dla firm.



Typ biletu

Wybierz typ biletu

Bilet okresowy krajowy

Bilet sieciowy UUT

Karta Intercity

WYBIERZ

Aplikacja mobilna PKP Intercity cieszy się rosnącą popularnością wśród pasażerów. W 2023 roku ze sklepów Google Play i App Store pobrano ją 1,1 mln razy. Przełożyło się to na sprzedaż 2,7 mln biletów o wartości przekraczającej 160 mln zł. Sukces tego kanału sprzedaży zachęca narodowego przewoźnika do wprowadzania kolejnych udoskonaleń. Od 8 stycznia w aplikacji możliwe jest pobranie rezerwacji do biletów okresowych zakupionych w kasie biletowej oraz Kart Intercity. Wcześniej podróżny musiał udać się do kasy lub pobrać rezerwację miejsca na stronie przewoźnika. Teraz uzyskuje miejscówkę poprzez kilka kliknięć w aplikacji. Dodatkowo dla posiadaczy Kart Intercity i biletów okresowych przewoźnik udostępnił w aplikacji opcję dokupienia wraz z rezerwacją, biletu na przewóz roweru, psa lub bagażu. Jest to z pewnością ułatwienie dla pasażerów często podróżujących z przewoźnikiem i klientów biznesowych.

W ubiegłym roku sprzedaliśmy dzięki aplikacji blisko 3 mln biletów o wartości przekraczającej 160 mln zł. To dla nas wyraźny sygnał, by dalej rozwijać ten kanał sprzedaży zdalnej. Dlatego wprowadzamy kolejne ułatwienia dla podróżnych, tym razem w obszarze biletów miesięcznych i kart przeznaczonych dla firm. Na pierwszym miejscu stawiamy potrzeby pasażerów i staramy się do nich dostosować – powiedział Tomasz Gontarz, wiceprezes zarządu PKP Intercity.

Dynamiczny rozwój zdalnych kanałów sprzedaży

Łatwy i szybki dostęp do zakupu biletów na przejazdy z PKP Intercity to istotny element strategii przyjętej przez przewoźnika. Właśnie dlatego rozwijane są kanały zdalne za pośrednictwem których spółka sprzedaje już 74% wszystkich biletów. Przewoźnik rozwija nie tylko aplikację, lecz także serwis internetowej sprzedaży biletów. Wprowadzony w

październiku zeszłego roku system e-IC 2.0 w wersji beta oferuje intuicyjną ścieżkę zakupową, odnowiony design i wiele funkcjonalności, które stają się już standardem w ofercie narodowego przewoźnika. Do najważniejszych z nich należą m.in. planowanie podróży „tam i z powrotem”, profile zakupowe oraz możliwość dodania biletu do kalendarza. Platforma podpowiada również najlepszą dla podróżnych ofertę, która jest dopasowana do ich indywidualnych potrzeb. Po podaniu daty urodzenia pasażera, e-IC 2.0 sugeruje ulgi, najbardziej korzystne dla danego przedziału wiekowego.

Rozszerzana jest także współpraca z zewnętrznymi partnerami. W ramach ujednoliconych warunków sprzedaży spółka sprzedała już ponad 8 mln biletów o wartości blisko 350 mln zł. PKP Intercity współpracuje z takimi platformami jak KOLEO, e-podróżnik, Skycash, Jakdojade.pl czy mPay. Podpisała także umowy m.in. z Infobus oraz eTravel, za pośrednictwem których sprzedaż ruszy jeszcze w tym roku.

źródło informacji: PKP Intercity