

PKP Intercity ogłasza uruchomienie postępowania zakupowego na system CRM (Customer Relationship Management), wykorzystujący funkcjonalności oparte o AI. Wdrożenie nowego narzędzia pozwoli na zwiększenie efektywności realizowanych procesów w obszarach: marketing, sprzedaż i obsługa klienta, co przyczyni się do podniesienia standardu obsługi pasażerów.



fot. PKP Intercity

Ogłoszenie o zamówieniu zostało przesłane do Dziennika Urzędowego Unii Europejskiej. Nowy system klasy CRM pozwoli PKP Intercity na gromadzenie w jednym miejscu informacji o historii zakupów i interakcji z klientami. Dzięki temu, oferty i wsparcie będą lepiej dopasowane do indywidualnych potrzeb każdego pasażera. Będzie to możliwe dzięki optymalizacji działań biznesowych i większej koncentracji na indywidualne potrzeby klientów z segmentów B2C i B2B.

Komfort i personalizacja w podróży

Istotnym krokiem będzie integracja CRM z kanałami komunikacji z klientami, dzięki czemu podróżni będą mogli doświadczyć bardziej spójnej i kompleksowej obsługi. Nowe kanały interakcji, takie jak chat lub chatbot, umożliwią pasażerom szybki i skuteczny kontakt z przewoźnikiem. Nowy system zapewni lepszą jakość treści informacyjno-promocyjnych. Pasażerowie będą otrzymywać aktualne wiadomości o najbardziej atrakcyjnych promocjach i kierunkach podróży, dostosowanych do ich indywidualnych preferencji. Wspomniane rozwiązanie pomoże także w zwiększeniu roli automatyki w procesach sprzedażowych, marketingowych i obsłudze podróży.

Chcemy, aby każda podróż z PKP Intercity była nie tylko bezpieczna i komfortowa, lecz także dopasowana do indywidualnych potrzeb naszych pasażerów. Wdrożenie systemu CRM to dla nas krok ku jeszcze bardziej personalizowanej obsłudze i lepszemu rozumieniu oczekiwań naszych klientów. To inwestycja w satysfakcję i wygodę podróżnych, którzy dzięki temu będą mogli korzystać z ofert skrojonych na miarę ich potrzeb oraz łatwiej komunikować się z nami, korzystając z różnych kanałów. To także nasz wkład w rozwój cyfrowych technologii w sektorze kolejowym – mówi

Tomasz Gontarz, wiceprezes zarządu PKP Intercity.

Technologia na usługach klienta

Istotnym wyzwaniem od strony technologicznej przy wdrożeniu CRM będzie integracja z kilkudziesięcioma systemami oraz bazami danych narodowego przewoźnika. Wdrożenie systemu CRM to jedno z najważniejszych przedsięwzięć PKP Intercity, angażujące 12 komórek organizacyjnych Spółki.

System ten będzie stanowić istotne wsparcie w tworzeniu zindywidualizowanych prognoz i raportów, umożliwiając efektywną pracę analityczną. Dostrzegając potencjał nowych technologii w kreowaniu doświadczeń podróżnych, CRM będzie również uwzględniał funkcjonalności oparte o AI. Ostatecznie, wdrożenie systemu CRM przez PKP Intercity to kolejny krok na drodze do poprawy jakości usług dla pasażerów, stawiając ich potrzeby na pierwszym miejscu. Celem Spółki jest zapewnienie pasażerom jak najbardziej komfortowych i sprawnie obsługiwanych podróży.

źródło informacji: PKP Intercity