

אל על

הכי בבית בעולם

סיפורה של אל על שזור בתולדותיה של מדינת ישראל. פתיחת השמיים לתחרות ושורה של אתגרים אסטרטגיים בשוק התעופה העולמית, חייבו את החברה לפתח אופקים חדשים שישמרו ויחזקו את המותג ואת מעמדה בארץ ובעולם ככנפיים האזרחיות של מדינת ישראל והעם היהודי



חברת אל על הוקמה באופן רשמי בשנת 1949, אך כי כבר בספטמבר 1948 המריאה טיסת הבכורה של החברה, והביאה את הנשיא חיים ויצמן מזינבה לישראל. בשנת 2005 הושלמה הפרטת החברה והיא הועברה לבעלות חברת כנפיים. לאורך השנים, חיזקה החברה את מעמדה כמוביל הלאומי של מדינת ישראל ושל העם היהודי.

הסביבה התחרותית

שוק התעופה העולמי, הנחשב לאחד השווקים התחרותיים ביותר בעולם, משתנה באופן תדיר על מנת להתאים עצמו לסביבה הצרכנית, הטכנולוגית והעסקית. האצת התחרות ופתיחת השמיים בישראל לחברות תעופה סדירות וחברות Low Cost, ביחד עם הימצאות בסביבה גיאופוליטית ייחודית, מעמידים את אל על כפני אתגרים מורכבים ביותר.

האתגר השיווקי

אל על נדרשת לבדל את עצמה ולייצר העדפה גבוהה בקרב הצרכנים, וזאת במציאות שבה התחרות בענף התעופה הולכת ומחריפה. על מנת ליצור הזדהות בקרב הקהל הישראלי, ומתוך תובנה כי התרבות הצרכנית עוברת תהליך של לוקליזציה ככלל ובמותגים בפרט, שמה אל על

ממוקדת בארבעה ערכים מבדלים: "הכי בבית בעולם" (מרכיבי שירות של חום, משפחתיות, מוכרות, נגישות וזמינות, שפה מוכרת). "גאוה ישראלית" (שמירה על מעמדה של אל על כסמל לאומי הנושא בגאוה את דגל ישראל לכל מקום בעולם), "מצוינות בינלאומית" (חתירה למצוינות ביחס לחברות התעופה המובילות בעולם בדגש על סטנדרטים מדידים) ו"התחדשות מתמדת".

המוצרים והשירותים שהיא מציעה, על מנת שתהיה הבחירה הראשונה של הצרכן בישראל ובעולם, תוך הקפדה על הערכים והיתרונות המבדלים את המותג, ושכנינים לקוחות בחרים לטוס אל על: הטייסים, השירות הביתי והביטחון הפיזי והאיש.

אסטרטגיית הפעולה

חיזוק המותג וערכיו - הזהות המותגית של אל על





www.elal.co.il

דברים שלא ידעת על אל על

- את השם אל על בחר דוד רמז, שר התחבורה הראשון של מדינת ישראל, והוא מבוסס על פסוק מפרק בספר הושע.
- ב-1961 קבעה אל על שיא עולמי לאותה תקופה לטיסה המסחרית הרצופה הארוכה ביותר: טיסה ללא חניית ביניים מתל אביב לניו יורק במטוס בואינג 707.

לתנועה נכנסת לישראל.

ההישגים השיווקיים

אל על חיזקה את מעמדה כ"סמל לאומי" ונבחרה בסקרים שונים כ"מותג מספר 1 בישראל" וכחברת התעופה המועדפת באופן ברור על ידי כלל הציבור. אל על ניצבת בין החברות המובילות בעולם בדיוק המבצעי ובאחוזי אובדן הכבודה הנמוכים. סקר אמריקאי דירג את אל על לפני כל החברות האמריקאיות כ"חברה המועדפת לטיסות אל ומהמזרח התיכון לארה"ב".

לאחרונה, עלתה אל על לגמר התחרות העולמית של ארגון APEX, המכתיר את חברת התעופה הטובה בעולם. אל על עלתה לגמר בשש קטגוריות, והיתה מועמדת בין השאר לתואר חברת התעופה המעניקה את חווית הלקוח הטובה ביותר.



חיבורים אסטרטגיים עם גופים מובילים בארץ ובחו"ל - חיבורים אלה נעשים בארץ ובעולם במגוון רחב של תחומים (ביטוח, תעופה, מלונאות, השכרת רכב ועוד), מתוך מטרה להציע ללקוחות את המוצר והשירות הטובים ביותר.

שדרוג חווית הלקוח - החברה משקיעה בשנים האחרונות ביצירת חוויה מותנית אחידה ומבודלת בכל נקודות המגע עם הלקוח - לפני, במהלך ולאחר הטיסה. כדי להתחיל את החוויה עוד על הקרקע, הושקו שירותים חדשים וייחודים כגון: צ'ק אין אינטרנטי, שירות טרום טיסה מהבית ואפליקציות סולריות. חוויית הטיסה שופרה באמצעות שדרוג קולינרי, שיצא לפועל באמצעות חיבור עם השף משה שגב, שפיתח עבור אל על סדרה של ארוחות קרות וחמות לכל מחלקות הטיסה. בתפריטים

החדשים ניתן דגש מיוחד לשימוש במרכיבים בריאים וטריים, המוגשים בכלי הגשה וסכו"ם משודרגים.

שדרוג ערוצי המכירה ויזמות שיווקית - אל על ביצעה בשנים האחרונות השקעה בפיתוח ממשק ישיר עם הצרכן באמצעות אתר האינטרנט והמוקד הטלפוני. לאחרונה, שודרג אתר האינטרנט והוא מאפשר לבצע הזמנות - בשלוש שפות (עברית, אנגלית ורוסית) - באמצעות מנוע הזמנות מעודכן וידידותי למשתמש.

שדרוג ערוצי הנאמנות - אל על השקיעה ומשקיעה בשיפור ושכלול מועדון הנוסע המתמיד כפלטפורמה ליצירת נאמנות מתמשכת. לאחרונה, השיקה החברה את תכנית GLOBALLY לחברי מועדון שהינם לקוחות חוץ, במסגרתו תורמת אל על 5% מסך הנקודות שהם צוברים.

הרחבת רשת התיבים - אל על הרחיבה בשנים

האחרונות את רשת התיבים ואת רשת יעדי המשך שהיא מציעה ללקוחותיה, בעיקר באמצעות הסכמי שיתוף פעולה עם חברות תעופה כדוגמת אמריקן איירליינס, ג'ט בלו האמריקאית, חברת Westjet, חברת S7 ואייר צ'יינה סינית.

השקעה ופיתוח יעדי המזרח הרחוק - אל על הגדילה בצורה משמעותית בשנת 2010 את תדירות הטיסות והיצע המושבים ליעדי המזרח הרחוק - סין, הודו, תאילנד, תוך התמקדות בצרכי סגמנט הפרימיום והמזרח העסקי.

כניסה לשוק תיירות הפנים - אל על השיקה באוגוסט 2010 את הקו הסדיר הראשון שלה בישראל - לאילת. קו זה מהווה פריצת דרך ובשורה לצרכני התיירות היוצאת והנכנסת לישראל בשל האפשרות לחבר את הקו לכלל טיסות אל על בעולם. הקו החדש סייע לקירוב הפריפריה למרכז הארץ ופתח אופציה תיירותית חדשה

2010

שף משה שגב מפתח את התפריטים החדשים המוגשים בטיסות אל על.

2005

תהליך ההפרטה של אל על מגיע לסימונה והחברה עוברת לשליטת חברת "כנפיים".

1991

1,087 עולים מאתיופיה נכנסים לתוך מטוס ג'מבו אחד במסגרת 'מבצע שלמה'.

1950-6

אל על מובילה את מבצעי העלייה מתימן, אירן והודו ב"מרבד הקסמים" ו"נערא ונחמיה".

1948

אל על יוצאת לדרך, כשעל סיפון טיסת הבכורה מתארך הנשיא חיים ויצמן.