

# **МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА**

## **ООО «Аэропорт Емельяново»**

### Сведения о документе

1. Настоящая маркетинговая политика департаментом развития пассажирских авиационных перевозок ООО «Аэропорт Емельяново». Ответственный разработчик: главный специалист по работе с авиакомпаниями отдела развития пассажирских перевозок Дергач В.В, телефон (391) 290-46-47.

2. Настоящую программу согласовали в системе электронного документооборота Аэропорта:

Заместитель генерального директора по экономике и финансам	Ю.В. Эльрих
Заместитель генерального директора - директор по защите активов	А.Н. Никифоров
Заместитель генерального директора по правовым вопросам и имущественным отношениям	С.А. Лифарь
Заместитель генерального директора по коммерции	А.Ф. Варшавская
Руководитель правового департамента	А.С. Постоев
Начальник отдела документационного обеспечения	И.А. Коршунова
Начальник отдела управления качеством	М.С. Боровикова

3. Настоящая версия введена взамен маркетинговой политики ООО «Аэропорт Емельяново» утвержденной приказом от 09.11.2011 года № АЕ-11-П600.

4. Управление программой осуществляется в соответствии с требованиями СТО АП.01.

5. Настоящая программа не может быть полностью или частично воспроизведена без письменного разрешения генерального директора ООО «Аэропорт Емельяново».

### Перечень экземпляров документа

№ эк-зем-пляр-а	Статус экземпляра	Местоположение экземпляра	Ответственное лицо за хранение экземпляра	Ответственное лицо за ведение экземпляра
1.	Оригинал	Отдел документационного обеспечения	Начальник отдела документационного обеспечения	Не требуется
2.	Контрольный	Система электронного документооборота/Рабочая область/СМК/ Действующая документация Аэропорта	Начальник отдела управления качеством	Начальник отдела управления качеством

**Распечатанная версия документа не является управляемой копией и используется как справочная. Перед использованием необходимо сверить с контрольным экземпляром.**

### Таблица регистрации изменений

№ изменения	Номера измененных страниц	Документ, на основании которого вносятся изменения	Дата введения изменения	Подпись ответственного лица за ведение экземпляра



## СОДЕРЖАНИЕ

<b>СОДЕРЖАНИЕ.....</b>	<b>3</b>
<b>1. ОПРЕДЕЛЕНИЯ.....</b>	<b>4</b>
<b>2. ЦЕЛИ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ.....</b>	<b>4</b>
<b>3. ПРИНЦИПЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ.....</b>	<b>5</b>
<b>4. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....</b>	<b>5</b>
<b>5. ОБЩИЙ ПОРЯДОК УЧАСТИЯ В ПРОГРАММАХ ПООЩРЕНИЯ.....</b>	<b>6</b>
<b>6. ОБЩИЙ ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ АКЦИЙ ДЛЯ ЗАКАЗЧИКОВ.....</b>	<b>6</b>
<b>7. ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ.....</b>	<b>7</b>

## 1. ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Заказчик	Физические и юридические лица, пользующиеся услугами Общества, в том числе Перевозчики.
Куратор	Должностное лицо общества, назначенное распоряжением Генерального директора ответственным за ведение Программы поощрения Перевозчиков или специальной акции для Потребителей. Куратор назначается из сотрудников подразделения, выступившего инициатором разработки Программы или Специальной акции.
Общество	ООО «Аэропорт Емельяново».
Перевозчик	В целях настоящей Программы Перевозчиком считаются: организация, либо физическое лицо, являющиеся эксплуатантом воздушных судов согласно Положениям Воздушного кодекса РФ; фрахтователь воздушного судна; агент эксплуатанта (при условии наличия доверенности на проведение расчетов через агента с авиакомпанией).
Программа поощрения	Утвержденный документ, регламентирующий условия предоставления, размер, сроки предоставления скидок и дополнительных услуг Заказчикам. Программы поощрения являются составляющей Маркетинговой политики Общества.
Просроченная задолженность	Задолженность за товары, работы, услуги, не оплаченные в установленный договором срок, признанная Перевозчиком, либо указанная во вступившем в законную силу решении суда о признании просроченной задолженности.
Специальная акция	Метод стимулирования продаж услуг Заказчикам (в основном физическим лицам), ограниченный определенным сроком.

## 2. ЦЕЛИ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ

Настоящая маркетинговая политика (далее Политика) определяет условия и порядок применения Обществом методов прямого или косвенного стимулирования продаж услуг Заказчикам в аэропорту Красноярск в целях:

- Расширения маршрутной сети в/из аэропорта Красноярск;
- Повышения конкурентоспособности аэропорта Красноярск;
- Привлечения новых перевозчиков;
- Увеличения объемов продаж пассажирских и грузовых перевозок;
- Повышения доходности Общества.

### **3. ПРИНЦИПЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ**

Принципы маркетинговой политики:

- 3.1. Маркетинговая политика Общества обеспечивает недискриминационный подход к Заказчикам, предлагая принимать участие в Программах всем Заказчикам, обслуживающимся в аэропорту Красноярск, и в специальных акциях – всем Заказчикам услуг Общества.
- 3.2. Маркетинговая политика Общества основывается на клиенториентированном подходе и предложении гибких инструментов, направленных на приоритеты потребителей.
- 3.3. Маркетинговая политика Общества подразумевает экономическую обоснованность условий Программ поощрения Перевозчиков и специальных акций для Заказчиков.
- 3.4. Маркетинговая политика Общества обеспечивает логичность, прозрачность и единство правил и принципов работы с Заказчиками.

### **4. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

- 4.1. Маркетинговая политика применяется при оказании Обществом услуг, перечень которых закреплен в прейскуранте Общества.
- 4.2. Тарифная политика Общества является одной из основных составляющих Маркетинговой политики. Основным документом, отражающим тарифную политику Общества, является прейскурант Общества.
- 4.3. Маркетинговая политика подразумевает под собой применение мер поощрения, соответствующих целям Маркетинговой политики, к Заказчикам Общества.
- 4.4. В целях развития Маркетинговой политики могут быть приняты локальные нормативные акты.
- 4.5. Маркетинговая политика является обязательной для всех сотрудников Общества.
- 4.6. Меры поощрения Заказчиков описываются Программами, либо документами, регламентирующими условия проведения Специальных акций. Принять участие в Программах и Специальных акциях могут Заказчики, удовлетворяющие условиям проведения Программ и Специальных акций. Программа, либо документ, регламентирующий условия проведения Специальной акции утверждается приказом Генерального директора Общества.
- 4.7. Разработка Программ и условий проведения Специальных акций производится сотрудниками департамента развития пассажирских авиационных перевозок (далее по тексту ДРПАП), департамента развития грузовых перевозок (далее по тексту ДРГАП) на основании анализа результатов деятельности Общества. Инициатором разработки Программы может быть любое подразделение Общества. Куратором Программы, либо Специальной акции является должностное лицо подразделения Общества, инициировавшего разработку Программы, либо Специальной акции, назначаемое приказом Генерального директора с учетом целей каждой конкретной Программы, либо Специальной акции.

### **5. ОБЩИЙ ПОРЯДОК УЧАСТИЯ В ПРОГРАММАХ ПООЩРЕНИЯ**

5.1. Основанием для участия в Программах являются:

- соответствие Заказчика условиям проведения Программ;
- направление Заказчиком в Общество письменной заявки на участие в Программе.

5.2. Участие в Программе оформляется следующим образом:

- акцептованная Обществом заявка Заказчика на участие в Программе, либо

- подписанный договор (соглашение) об оказании услуг, в котором зафиксирована стоимость обслуживания в соответствии с условиями Программы, либо
- утвержденный приказом по Обществу единый размер скидки для всех Заказчиков, попадающих под условия конкретной Программы (см.п.5.8).

Вариант оформления участия в программе определяется правилами конкретной Программы.

- 5.3. Скидки по различным Программам не суммируются, если условиями конкретной Программы прямо не предусмотрено иное. При соответствии условиям нескольких Программ Перевозчик вправе выбрать из них одну Программу по своему усмотрению.
- 5.4. Текст настоящей маркетинговой политики, а также каждая утвержденная Программа поощрения размещается на официальном сайте аэропорта Красноярск.
- 5.5. Заказчик, претендующий на участие в Программе, направляет в ООО «Аэропорт Емельяново» заявку на вступление в Программу в соответствии с формой, являющейся Приложением к Программе, которая должна подтверждать соответствие Заказчика всем условиям Программы и подписанный Заказчиком акт сверки за предыдущий отчетный период (месяц). Контакты размещаются на официальном сайте аэропорта Красноярск. Сроки рассмотрения заявки на вступление в программу – 1 месяц с момента получения.
- 5.6. Скидки предоставляются Заказчикам с момента принятия решения Обществом на основании заявки Заказчика.
- 5.7. В случае, если для учета параметров, необходимых для определения уровня скидки в конкретной Программе, требуется изменение условий действующих договоров об оказании услуг, изменение условий оформляется дополнительными соглашениями к действующим договорам.
- 5.8. В случае, если в соответствии с условиями Программы устанавливается единый понижающий коэффициент для всех Заказчиков, соответствующие сотрудники готовят проект прейскуранта со ставками сборов, рассчитанными с учетом понижающего коэффициента в зависимости от объемных показателей и проект приказа об утверждении прейскуранта. Такой вариант оформления Программы возможен в случае, если критерии Программы позволяют в полном объеме отразить условия Программы в качестве дифференцированных ставок прейскуранта.
- 5.9. Специалисты ДРПАП, ДРГАП ведут ежемесячную проверку правильности применения условий Программ и несут ответственность за соблюдение Заказчиками условий программ в период их участия в программах. При несоблюдении Заказчиком условий участия в Программе Общество досрочно прекращает участие Заказчика в Программе, с уведомлением Заказчика о прекращении участия в программе вследствие несоответствия условиям программы.
- 5.10. Уведомление о прекращении участия Заказчика в Программе, либо об изменении условий в рамках Программы для конкретного Заказчика с указанием причины направляется Заказчику, в течение 2 рабочих дней с момента принятия решения о прекращении участия Заказчика в Программе, либо об изменении условий в рамках Программы.

## **6. ОБЩИЙ ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ АКЦИЙ ДЛЯ ЗАКАЗЧИКОВ**

- 6.1. В рамках реализации маркетинговой политики Общество вправе проводить Специальные акции для Заказчиков. Необходимость проведения акции обосновывается документом, с указанием планируемого результата акции (маркетинговым исследованием, технико-экономическим обоснованием и т.д.). На основании указанных документов условия и сроки проводимой акции утверждаются приказом по Обществу.

6.2. При проведении Специальных акций для Заказчиков куратор акции организует размещение информации о проводимой акции на официальном сайте аэропорта Красноярск и в СМИ.

## **7. ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

Настоящая Маркетинговая Политика разработана в соответствии с требованиями нормативных правовых актов:

1. Воздушный кодекс Российской Федерации.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации.
4. Федеральный закон от 26.07.2006г. №135-ФЗ «О защите конкуренции».
5. Постановление Правительства РФ от 22.07.2009г. №599 «О порядке обеспечения доступа к услугам субъектов естественных монополий в аэропортах».