

T. C.

MALTEPE ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANA BİLİM DALI

HAVACILIK İTTİFAKLARINDA BİR PAZARLAMA  
ARACI OLARAK MÜŞTERİ SADAKAT  
PROGRAMLARININ YERİ: GULF ALLIANCE MODEL  
ÖNERİSİ

DOKTORA TEZİ

MUHİTTİN HASAN UNCULAR

DANIŞMAN ÖĞRETİM ÜYESİ

PROF. DR. ŞAHİN KARASAR

İSTANBUL, 2016

## TEZ ONAY SAYFASI

TARİH: ... / ... /2016

### T.C MALTEPE ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitü Müdürlüğü'ne

Muhittin Hasan UNCULAR'a ait Havacılık İttifaklarında Pazarlama Aracı Olarak Müşteri Sadakat Programlarının Yeri: Gulf Alliance Model Önerisi adlı çalışma, jürimiz tarafından Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı'nda DOKTORA TEZİ olarak kabul edilmiştir.

(İmza)

Başkan:

Akademik Unvanı, Adı Soyadı

(İmza)

Üye:

Akademik Unvanı, Adı Soyadı

(İmza)

Üye:

Akademik Unvanı, Adı Soyadı

(İmza)

Üye:

Akademik Unvanı, Adı Soyadı

(İmza)

## ÖZET

### HAVACILIK İTTİFAKLARINDA PAZARLAMA ARACI OLARAK MÜŞTERİ SADAKAT PROGRAMLARININ YERİ VE GULF ALLIANCE MODEL ÖNERİSİ

**Muhittin Hasan Uncular**

**Danışman: Prof. Dr. Şahin Karasar**

Ticaret ve alış verişin insanlık tarihi kadar eski olduğunu söylemek mümkündür. Uygarlık tarihinin her aşamasında insanlar temel ihtiyaçlarını karşılayabilmek için birbirlerinin sanat, zanaat ve üretiminden de faydalanmış ve bir ticaret kültürü var olmaya ve gelişmeye başlamıştır.

Günümüze gelindiğinde çok geniş bir yelpazede farklı ürünler, farklı firma ve kuruluşlar tarafından ve yine farklı pazarlama stratejileri ile sunulmuşlardır. Doğal olarak, rekabetçi bir yaklaşımla firmalar birbirleri ile müşteri çekme ve müşterileri sadık kılma noktasında bir müdaceleye ve yarışa girmişlerdir.

Bir ürünün fiyatı, kalitesi, sunumu ve bunun gibi bir takım unsurlar müşteriyi cezbetmede önem arz ederken, artık müşteri memnuniyeti, tatmini ve sadakati gibi kavramlar da iş dünyasında yerlerini almaya başlamışlardır.

Kurum ve kuruluşlar ellerinde bulundurdukları mevcut müşterilere ilaveten müşteri portföylerini daha da artırmak için farklı programlar geliştirmeye devam etmektedirler.

Havacılık sektörü de müşteri sadakatinin önemli olduğu sektörlerden biri olarak yerini almıştır. Dünyadaki birçok sektöre göre daha da düşük kar marjlarıyla varlıklarını sürdüren havayolları için belki de müşteri artık her zamankinden daha da velinimet halini almıştır.

20. yüzyılın son çevreğinde çok hızlı bir şekilde gelişim gösteren havayolları sektörü bu trendi 21. Yüzyılda da sürdürmeye devam etmektedir. Ortak amaç ve hedefler doğrultusunda zamanla birbirlerinin “hub”larından, mevcut müşteri-yolcu networkundan ve özetle güç ve sinerjisinden faydalanmak isteyen havayolları farklı birliktelikler gösterip ittifaklar oluşturmuştur.

Bu ittifaklar vesilesi ile de daha çok yolcu-müşteri profilini ellerinde tutma yolunda ciddi mesafeler kat etmişlerdir. Dünya havacılığına baktığımızda temel olarak üç büyük havayolları ittifakından bahsetmek mümkün olmaktadır. Bunlar; 1) Oneworld 2) Skyteam 3) Star Alliance'dır.

Yukarıda ifade edilen üç büyük havacılık ittifakında birbirinden farklı özelliklerde ve cazibede onlarca farklı sadakat programı yolcuların beğenisine sunulmaya devam edilmektedir.

Hiç şüphe yok ki, havacılığın eksen kayması batıdan doğuya doğru gerçekleşirken, gerek coğrafi konum özellikleri, gerekse arkalarındaki güçlü devlet sübvansiyonu olduğu iddia edilen körfez taşıyıcıları tüm dünya havayolu sektörünün hızla yükselen yıldızları olmaya devam etmektedirler.

Bu çalışmada körfez taşıyıcıları kavramı Etihad, Emirates ve Qatar havayollarını ifade etmek için kullanılmaktadır. Bu üç önemli körfez taşıyıcısı havayolunun diğer üç büyük havayolu ittifakında olduğu gibi bir ittifak oluşturup bu çerçevede müşteri sadakat programları geliştirmeleri ve “Gulf Alliance” şeklinde bir havacılık ittifakı modeli önerisinin bu çalışma ile sunulması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Havacılık İttifakları, Müşteri Sadakat Programı, Körfez Taşıyıcıları, Gulf Alliance

2016, 205 sayfa



## **ABSTRACT**

### **AS A MARKETING TOOL THE PLACE OF CUSTOMER LOYALTY PROGRAMS IN AVIATION AND GULF ALLIANCE MODEL SUGGESTION**

**Muhittin Hasan Uncular**

**Advisor: Prof. Dr. Şahin Karasar**

It is possible to say that trade and business are as ancient as the history of mankind. In each stage of the history of the civilization, in order to meet their basic needs, people made use of the art, handicraft and production among the others and a trade culture began to exist and develop.

When we look at today, in a very wide scope different products have been presented by different firms and companies with different marketing strategies. Naturally, with a competitive attitude the companies started a competition and struggle with each other to attract customers and keep them loyal.

While the price, quality, presentation and similar factors play important role to attract the customers, the concepts as customer satisfaction, pleasure and loyalty have already taken their places in the business literature.

The companies and institutions have been trying to develop different programs in order to increase their customer portfolio more in addition to their existing customers.

The aviation industry has also taken its place as one of the prominent sectors in which the customer loyalty is crucial.

Perhaps for the airlines which continue their existence with low margins of profit compared to the many other sectors in the world, the customers have been more benefactor than ever.

The airline industry which has been rapidly developing in the last quarter of the 20th century has been continuing this trend in the 21st century as well.

In accordance with the common goals and targets, the airlines which want to make use of each other's "hubs", existing customer-passenger network and briefly the power and synergy showing different types of unities formed alliances.

Thanks to these alliances they took prominent steps to keep more customer-passenger profile in their hands. When we look at the world aviation it is possible to talk about three big alliances. They are; 1) Oneworld 2) Skyteam 3) Star Alliance.

In the three great alliances mentioned above tens of customer loyalty programs with different properties have been presented to the passengers.

There is no doubt that as the axial of the aviation has been shifting from the west to the east, both for their geographical location and with the claimed strong government subvention the gulf carriers have been going on being the rising stars in the aviation industry worldwide.

In this study the term "gulf carriers" will be used for Etihad, Emirates and Qatar Airways. With this study it is aimed to offer a new alliance model as "Gulf Alliance" formed by the gulf carriers developing their customer loyalty program just as the other three great alliances.

Keywords: Airline Alliances, Customer Loyalty Program, Gulf Carriers, Gulf Alliance

2016, 205 pages

# İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI .....	iii
ÖZET .....	iv
ABSTRACT .....	vii
KISALTMALAR .....	xi
TABLolar.....	xii
ŞEKİLLER .....	xiii
1. GİRİŞ .....	1
1.1. Problem.....	1
1.2. Amaç.....	3
1.3. Önem .....	3
1.4. Varsayımlar .....	5
1.5. Sınırlılıklar.....	6
1.6. Tanımlar.....	7
2. GENEL BİR PAZARLAMA ARACI OLARAK MÜŞTERİ SADAKAT PROGRAMLARI.....	8
2.1. Pazarlama.....	8
2.2. Sadakat Programları .....	11



2.3. Havayolu Sadakat Programları .....	29
2.4. Körfez Havayolları .....	31
2.5. Üç Büyük Havacılık İttifakında Müşteri Sadakat Programları .....	52
2.5.1. Star Alliance Üyesi Havayollarının Kullandıkları Müşteri Sadakat Programları...	52
2.5.2. Skyteam Üyesi Havayollarının Kullandıkları Müşteri Sadakat Programları.....	116
2.5.3. Oneworld Üyesi Havayollarının Kullandıkları Müşteri Sadakat Programları.....	138
3. GULF ALLIANCE (KÖRFEZ İTTİFAKI) MÜŞTERİ SADAĞAT PROGRAMI ÖNERİSİ .....	166
3.1. Yöntem .....	166
3.2. Gulf Alliance Müşteri Sadakat Programı .....	167
3.3. Gulf Alliance Modeli İle Alakalı Zorluklar ve Yetersizlikler .....	173
4. SONUÇ, YARGI VE ÖNERİLER .....	176
EKLER .....	180
KAYNAKÇA .....	199
ÖZGEÇMİŞ .....	205

## **KISALTMALAR**

<b>FFP</b>	Frequent Flyer Programs
<b>CEO</b>	Chief Executive Officer
<b>AMA</b>	American Marketing Association
<b>CLV</b>	Customer Lifetime Value
<b>POS</b>	Point Of Sale
<b>PIN</b>	Personal Identification Number
<b>ANA</b>	All Nippon Airways
<b>VIP</b>	Very Important Person
<b>CIP</b>	Commercially Important Person
<b>WI-FI</b>	Wireless Fidelity
<b>SAS</b>	Scandinavian Airlines
<b>SAA</b>	South African Airways
<b>PQD</b>	Premier Qualifying Dollars
<b>MAE</b>	Middle East Airlines
<b>JAL</b>	Japan Airlines
<b>SMS</b>	Short Message Service

## TABLolar

Tablo 1: Müşteri Yaşam Değeri Temel Elementleri Tablosu.....	10
Tablo: 2 Müşteri Girdi ve Çıktı Bilgileri.....	18
Tablo 3: Tüm Emirates Skywards Sadakat Programı Seviyeleri Ayrıcalıkları.....	44
Tablo 4: Aegean Sadakat Program Seviyeleri ve Avantajları.....	63
Tablo 5: Aeroplan Sadakat Programı Seviyeleri.....	65
Tablo 6: Air New Zealand Sadakat Program Seviye Şartları.....	78

## ŞEKİLLER

Şekil 1: Saldırgan ve Savunucu Stratejiler.....	14
Şekil 2: Ardışık Çoklu Aşama Süreç Modeli.....	15
Şekil 3: Müşteri Sadakati İnşaa Etmek ve Sürdürmek.....	16
Şekil 4: Bakır Jetonlar.....	21
Şekil 5: Müşteri Sadakat Programlarında Pulların Kullanılması.....	22
Şekil 6: Box Top Müşteri Sadakat Programı Kuponu.....	23
Şekil 7: Betty Crocker Sadakat Programı Kuponu.....	23
Şekil 8: Müşteri Sadakat Programlarına Örnek Bazı Kartlar.....	24
Şekil 9: Starbucks Haftalık Mobil İşlem Adetleri.....	27
Şekil 10: Program Çerçevesinde Sunulan Bazı Starbucks Ürünleri.....	27
Şekil 11: Starbucks Mobil Aplikasyonu.....	28
Şekil 12: Starbucks Altın Kart.....	29
Şekil 13: American Airlines Sık Uçan Yolcu Programı.....	31
Şekil 14: Etihad Guest Sadakat Programı.....	37
Şekil 15: Emirates Skywards Sadakat Programı.....	41
Şekil 16: Adria Corporate Club Kart.....	56
Şekil 17: Miles + Bonus Sadakat Programı Seviyeleri.....	57
Şekil18: Phoneix Miles Müşteri Sadakat Programı Seviyeleri.....	67

Şekil 19: PhoenixMiles Platinum Kart.....	68
Şekil 20: PhoenixMiles Gold Kart.....	68
Şekil 21: PhoenixMiles Silver Kart.....	68
Şekil 22: Asiana Club Silver Üyelik Kartı.....	81
Şekil 23: Asiana Gold Üyelik Kartı .....	83
Şekil 24: Asiana Club Diamond Kart.....	84
Şekil 25: Asiana Club Diamond Plus Kart.....	86
Şekil 26: Asiana Club Platinum Kart.....	87
Şekil 27: Geçici Üyelik Kartı.....	93
Şekil 28: EVA Air Müşteri Sadakat Programı Seviyeleri.....	95
Şekil 29: Singapur Havayolları Öncelikli Biniş Tabelası.....	100
Şekil 30: TAP Havayolları Victoria Sadakat Programı Üyelik Kartları.....	105
Şekil 31: Thai Royal Orchid Plus Müşteri Sadakat Programı Seviyeleri.....	105
Şekil 32: Shopandmiles Websitesi Görüntüsü.....	114
Şekil 33: Club Premier Sadakat Program Seviyesi.....	119
Şekil 34: Sky Pearl Klüb Sadakat Program Seviyeleri.....	126
Şekil 35: Suudi Havayolları Alfursan Sadakat Programı Üyelik Kartları.....	134
Şekil 36: Qantas Frequent Flyer Program.....	157

# 1. GİRİŞ

## 1.1. Problem

Aralarında alış verişin ve ticaretin gerçekleşmesi belki de insanoğlunun yer yüzünde yaşamaya başladığı dönemler kadar eskidir. Ticaret daha paranın icat edilmediği dönemlere uzanan, hizmet karşılığı ürünün, ürün karşılığı ürünün alış verişiyle insanların hayatlarında önemli bir yer tutmuştur. İki taraflı menfaat ilişkisine dayalı olan ticarete satıcının satmak istediği ürünü alıcısına defalarca belirli bir düzen ve zaman dilimi çerçevesinde sunabilmesi için hiç kuşkusuz o ürünün alıcısını daimi bir müşteri hatta daha ilerisinde marka temsilcisi ve marka avukatı haline getirebilme adına en önemli araçlardan bir tanesi alıcıya yönelik bir takım maddi ve manevi jestlerdir ki, bunlara bir program dahilinde bakacak olursak “müşteri sadakati” kurgusu kendisini daha da gösterecektir.

Sadık müşteri kime denir? Müşterinin sadık olması önemli midir? Sadık müşteri bir şirketin geleceğine ilişkin yaptığı en değerli ve önemli yatırımlardandır. Elde edilmesi hem çok kolay, hem de çok zordur. Şirketlerin bir emek isteyen, usul-yol-yöntem bilmeyi gerektiren bir çaba sonucu sadık müşterileri olmaktadır. “Sadık müşteri” oluşturabilmek sadece maddi bir takım bonusları müşterilere sunmakla olamamaktadır. Uzmanlara göre alışveriş yapan kişilerin temel olarak marka ve alışveriş ile alakalı önem verdikleri konuların başında ekonomik ödüller, sosyal ödüller, haz veren ödüller, bilgiye yönelik ve fonksiyonel ödüller gelmektedir.

Tabii ki müşterilerin markayla alakalı beklentileri doğrultusunda bir ödül mekanizması işletilmediği durumda başarılı bir müşteri sadakat programı ve ödül sisteminden bahsetmek mümkün olamayacaktır.

“Zaten alışverişini yaparken benden ürün satın alıyor. Daha müşteriye niye bir takım ödüller sunmam gerekli?” tarzında sorular içerisinde olan şirketler iş dünyasında genel olarak ve gelecekte başarılı ve sürdürülebilir bir finansal çizgi içinde olamamaktadır.

Kurumların müşterilerini memnun etmeleri ve sadık müşteriler halinde muhafaza etmelerinin günümüzde ne kadar zor bir hal aldığı yadsınamaz bir gerçektir. Kar marjlarının çok daha küçük olduğu havacılık sektöründe “müşteri” her zamankinden daha çok velinimet haline gelmekle birlikte, değişen ve hızla gelişen dinamikler çerçevesinde havayollarının farklı birlikteliklerle birbirlerinin enerji ve gücünden faydalanmaları için 1990’lı yılların sonlarına doğru havacılık ittifakları kurulmuştur.

Birbirlerinin güçlerinden ve yolcu portföyünden faydalanmak üzere kurulan bu ittifaklardan dünya üzerinde farklı coğrafyalara yayılan havayollarının yer aldığı bir network tüm dünyaya yayılmaktadır.

Müşteri bağlılığının devamlılığını sağlamak amacıyla ilk kez Amerika’da sık uçan yolcular için (Frequent Flyer Programs-FFP) denilen bir sadakat programının uygulanması bu ittifakların kuruluşlarından daha öncesine dayanmaktadır. Havayollarının ayrı ayrı müşteri sadakat programları yer almaktadır ve bu sadakat programları dünya üzerinde üç büyük havacılık ittifakı denilebilecek Oneworld, Skyteam ve Star Alliance bünyesinde ortak programlar olarak kullanılmaktadır.

Yukarıda ifade edilen üç büyük havacılık ittifakının haricinde “körfez taşıyıcıları” diye adlandırılan üç büyük havayolu Emirates, Etihad ve Katar Havayolları ayrı ayrı işbirlikleri ve ittifaklar halinde operasyonlarına devam etmektedir ve körfez taşıyıcıların üçünün ortak bir ittifak halinde hareket etmesi ile alakalı bir model bu çalışmanın ana problemini oluşturmaktadır.

## **1.2. Amaç**

Hızla gelişen ve değişen havacılık sektöründe 80'li yıllarda uygulanmaya başlanılan sık uçan yolculara yönelik sadakat programları 90'lı yılların sonlarında havacılık dünyasında ittifakların kurulmasıyla önemini daha da göstermiştir. Bu çalışma ile dünya üzerinde yer alan üç büyük havacılık ittifakında müşteri sadakat programlarının yeri ve önemi ele alınacak ve körfez bölgesinde yer alan beş yıldızlı havayolu kalitesinde faaliyet gösteren üç büyük havayolu firmasının ortak bir hareket tarzıyla, yeni bir model önerisiyle bir ittifak kurmalarına ilişkin bir model önerisi sunmak çalışmanın en temel amacıdır. Bu model önerisi ile tüm dünya havacılığında gerek hizmet kalitesi gerekse güç birleştirme adına farklı bir denge ve güç oluşturabilecek körfez taşıyıcılarının potansiyellerinin de vurgulanması hedeflenmektedir.

## **1.3. Önem**

Dünya havacılık pazarında her açıdan dinamizm ve rekabet ortamı kendisini göstermektedir. Havacılık “hub”larının zamanla önem sıralamalarında bir takım değişiklikler olduğu gibi, coğrafi, ekonomik, politik ve kültürel etkenler de havayollarının operasyonlarını sürdürdükleri merkezleri ciddi olarak etkileyebilmekte, kıyasıya bir rekabetin ve “yolcu kapma ve memnun etme” ve bir adım ötesinde de “sadık yolcu” kitleleri oluşturma adına mücadele sürerken, bazı havayolları bu mücadelenin sonucunda ayakta kalamaz ve iflaslarını ilan ederken, “rakibimin de gücünden faydalanmalıyım” mantığı ile hareket eden havayolları da dünyanın farklı yerlerinde birliktelikler, ittifaklar oluşturmaktadırlar. Tabii ki bu ittifaklar bazı havayollarının ayakta kalabilmeleri için temel destek ayaklarındandır.

Özellikle orta ve uzun vadede havacılık sektöründe şirket hayatlarının devamlılığı açısından ifade edilen bu ittifaklar özel bir yer almakta ve bir cazibe noktası haline gelmektedir.



Tabiidir ki, müşteri sadakatine ilişkin programlar bu ittifaklar içinde en önemli ve etkin araçlar arasında yer almaktadır.

Artık onlarca havayolunun bir araya geldiği bu oluşumlarda yürütülen müşteri sadakat programlarının ortak bir değeri ve yeri bulunmaktadır. “X” bir havayolu şirketi ile uçup, “Y” bir havayolu şirketindeki bir sonraki uçuşunda “mil puanlarından” faydalanabilme cazipliği de ittifakların sağladığı fırsatlardandır.

Sık uçan yolcu programları - FFP (Frequent Flyer Passenger)- olarak bilinen ve onlarca yıldır yolcu cezbetme ve yolcu elinde tutma yolunda havayolu firmalarının verdikleri mücadele önemli ve inceleli bir konudur.

“Diğerlerinden farklı olarak ben ne ortaya koyabilirim?” sorusu çok küçük kar marjlarıyla kurumsal ömürlerini sürdüren havayolları için ayrı bir önem arz etmektedir.

Tabii ki; her ne kadar aynı havacılık ittifaklarında yer alsalar da her havayolu şirketi bir diğeri ile bir rekabet ve mücadele içindedir. Havacılık duayenlerinin “Sky is the limit” (Sınır gökyüzüdür) şekliyle hizmette de sınırın limitlerini ortaya koyar mahiyette söyledikleri cümle artık, “Sky is not the limit anymore” (Artık gökyüzü limit değildir.) şeklinde daha da iddialı bir motto ile kendisini ortaya koymaktadır.

Evet artık gökyüzünün de limit olmaktan çıktığı bir sektörde kıyasıya rekabet ortamı, müşteriye cezbedecek bir yarış ve bir adım ötesinde ve farklı olarak ne yapabiliriz sorusu önem taşımaktadır.

Hızla gelişen ve değişen havacılık sektöründe ittifakların ve bu çerçevede de müşteri sadakat programlarının yeri büyük bir önem taşırken, bu alanda gerçekleştirilecek böyle bir çalışma, gerek literatürdeki bir boşluğu doldurma adına, gerekse ortaya koyacağı tespitler ve öneriler açısından önemli bir yer tutacaktır.

Havacılıkta her geçen gün hızla yaşanan gelişme ve değişiklikler günden güne ittifaklar yoluyla farklı dengelerin kendilerini göstermelerine sebebiyet vermektedir. Bu çerçevede müşteri sadakati ayrı bir önem arz etmekte ve havayollarının hizmet kalitesi ve arayışlarında farklı bir anlayış ve mücadele kendini göstermektedir.

İşte bu müşteri sadakat programları ittifaklar halinde bir güç birliği oluşturma çabasında olan havayolları için ayrı bir önem taşımakta ve müşterilerin de havayollarından beklentileri bu kapsamda daha da artmaktadır.

Son yıllarda dünya havacılık sektöründe gerek hizmet kaliteleriyle, gerekse uçuş ağıları ve filo yapılarıyla yükselen yıldızlar arasında yer alan körfez taşıyıcılarının ortak bir hareket tarzıyla ittifak oluşturmaları ayrı bir önem arz edecektir.

Bu çalışmayla körfez taşıyıcılarının yeni bir modelleme ile bir ittifak kurmalarının dünya havacılık sektöründe nasıl bir değişikliğe yol açacağı ve bunun önemi de değerlendirilecektir.

#### **1.4. Varsayımlar**

Tarihsel gelişim süreci göz önünde bulundurulduğunda müşteri memnuniyeti ve sadakati kapsamında kurum ve kuruluşlar kendi bünyelerinde, kendi ölçek, finansal güç ve beklentileri doğrultusunda bir takip uygulamalar geliştirmekte ve bunları farklı şekillerle adlandırmaktadırlar. Bu adlandırmalar her ne kadar farklı da olsa, hedeflenenler hemen hemen aynı doğrultudadır.

Sektör ayırımı yapılmaksızın pazarlama faaliyetlerinin yürütüldüğü ve pazarlamanın 4P'sinin söz konusu olduğu her alanda müşteri sadakat programları karşımıza çıkmaktadır.

Havayolları özelinde müşteri sadakat programlarının ittifaklar içinde uygulanması da genel olarak karşımıza çıkmaktadır.

Hali hazırda dünya üzerinde bulunan üç büyük havacılık ittifakında da onlarca farklı müşteri sadakat programı kullanılmaktadır. (Örneğin; Star Alliance havayolları ittifakında 22 Temmuz 2015 yılı verilerine göre 27 üye havayolunun 27 müşteri sadakat programı bulunmaktadır.)

Star Alliance, One World ve SkyTeam diye adlandırılabilen üç büyük havacılık ittifakında yer alan üye havayolları, her ne kadar aynı ittifakta da olsalar birbirleriyle farklı bir rekabet ve mücadele içinde yer almaktadırlar.

Körfez bölgesi havacılıkta önem arz eden ve hızla büyüyen ve zenginleşen bir bölge olmakla beraber bu bölgede yer alan havayolu taşıyıcıları da batı ile rekabette ayrı bir önem arz etmektedirler.

Yukarıda ifade edilmeye çalışılan hususlar bu çalışmadaki ön kabuller arasında sıralanmaktadır.

## **1.5. Sınırlılıklar**

Çalışma havacılık ittifaklarında pazarlama aracı olarak müşteri sadakat programlarına yer vermenin yanı sıra “Gulf Alliance” adında yeni bir model yapılanmasını öngördüğünden dolayı bir takım sınırlılıklar içermektedir. Bunları şu şekilde ifade etmek mümkündür:

- Her ne kadar pazarlama aracı olarak sadakat programları genel olarak tüm sektörlerde kullanılıyor olsa da, bu çalışmanın asıl konusu havacılık konseptinde müşteri sadakat programları olacaktır.

- Müşteri sadakat programlarının havacılık sektörü sınırları içerisinde pazarlama aracı olarak kullanılmaları farklı örneklerle devam ediyor olsa da, bu çalışma yeni bir model önerisi olarak üç büyük körfez taşıyıcısı havayolunu ele alacağı için veriler ve öneri bu üç havayolu açısından ele alınacaktır.

## **1.6. Tanımlar**

Bu çalışma üç büyük körfez taşıyıcısı havayolu olarak Etihad, Emirates ve Katar Havayollarının ittifak halinde müşteri sadakatini artırmalarına yönelik bir model önerisi üzerinedir. Bundan dolayı çalışma boyunca temel kavram ve terim olarak bu bağlamda ifadeler yer alacaktır.

Çalışmanın kurgusunu şekillendirip, çalışmaya yön verecek en önemli kavramlardan birisi “havacılık ittifakları” olacaktır. Bu kavramla ilintili bir şekilde en çok vurgulacak kavramlardan bir diğeri “müşteri sadakat programı” olacaktır.

Mevcutta yer alan üç büyük havacılık ittifakının haricinde, körfezdeki havayolları ile alakalı bir modelleme önerisinde bulunan bu çalışmada “körfez taşıyıcıları” kavramı da ele alınan bir diğer kavram olmuştur.

## 2. GENEL BİR PAZARLAMA ARACI OLARAK MÜŞTERİ SADAKAT PROGRAMLARI

Pazarlama faaliyetlerinin en çok hedeflediği ve varmayı istediği noktalardan birisi müşteri sadakatidir. Elindeki müşterileri, ellerinde tutabilmek ve diğer müşterileri de cezbedip kendilerine çekebilmek bir işletmede pazarlama faaliyetlerinin önemini daha da vurgulamaktadır. Bir işletmedeki “core business” diye tabir edilebilecek en temel faaliyet alanları arasında pazarlama gelmektedir.

### 2.1. Pazarlama

Ticaret, alış veriş, müşteri, fiyat, ürün, yer gibi kavramlar hiç şüphe yok ki; pazarlama kavramının içinde yer alan temel kavramlar arasındadır. Topluluklar arasında alış veriş insanlık tarihi kadar eskidir ve bir o kadar da rekabeti beraberinde getirmiştir.

“Pazarlama, insan ve toplum ihtiyaçlarını tanımlamak ve karşılamakla alakalıdır.” (Kotler & Keller, say.4.)

Dünyaca ünlü teknoloji devi Hewlett-Packard’dan David Packard, pazarlama ile alakalı tanımlama yaparken “pazarlama, pazarlama departmanına bırakılmayacak kadar önemlidir” yorumunu getirmektedir. (Kotler & Keller, say.17.)

Amerika Pazarlama Derneği pazarlamayı şu şekilde tarif eder: "*Pazarlama, kişisel ve örgütsel amaçlara ulaşmayı sağlayabilecek mübadeleleri gerçekleştirmek üzere malların, hizmetlerin ve fikirlerin geliştirilmesi, fiyatlandırılması, tutundurulması ve dağıtılmasına ilişkin planlama ve uygulama sürecidir.*"

American Marketing Association, *Definition of Marketing*, 1985.

İş dünyasının önde gelen bazı CEO'ları da pazarlama kavramını değişik şekillerde tanımlamaktadır. Hugo Naturals şirketinin CEO'su Steve Dickstein pazarlama ile alakalı "pazarlama temel olarak hizmet verdiği şirketin kurumsal hedeflerini geliştirmede dışsal bir iletişimdir. Şirketlerin dönüşüm hızlandırdığı, iletişim hedeflerini (reklam,pazarlama, satış vs.) bir birim üzerinden toplam kurumsal hedefleri birleştirme sürecidir." demiştir.

Wikipedia'da pazarlama kavramı: "Pazarlama, toplumun ve bireyin sosyo-psikolojik yapılarını ilgili bilim dallarından yararlanarak inceleyen ve onların gerçek tutum ve davranışlarını öğrenmeye çalışan, mal ve hizmetlerin tüketicilere ulaştırılmasında kullanılan yöntemlerden de yararlanarak tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarına uygun pazarlama uygulamalarının bulunmasını sağlayan bir faaliyettir.

Ayrıca pazarlama, yerel, bölgesel ve ulusal pazarların birbirine bağlanmasında rol oynayan faktörlere ilgi gösterir.

Pazarlama kavramının temelini değişim süreci (prosesi) teşkil etmektedir. Sözlük tanımı olarak, pazarlama " iki veya daha fazla taraf arasında gerçekleşen bir değişim/mübadele sürecidir" şeklinde tanımlanmaktadır.

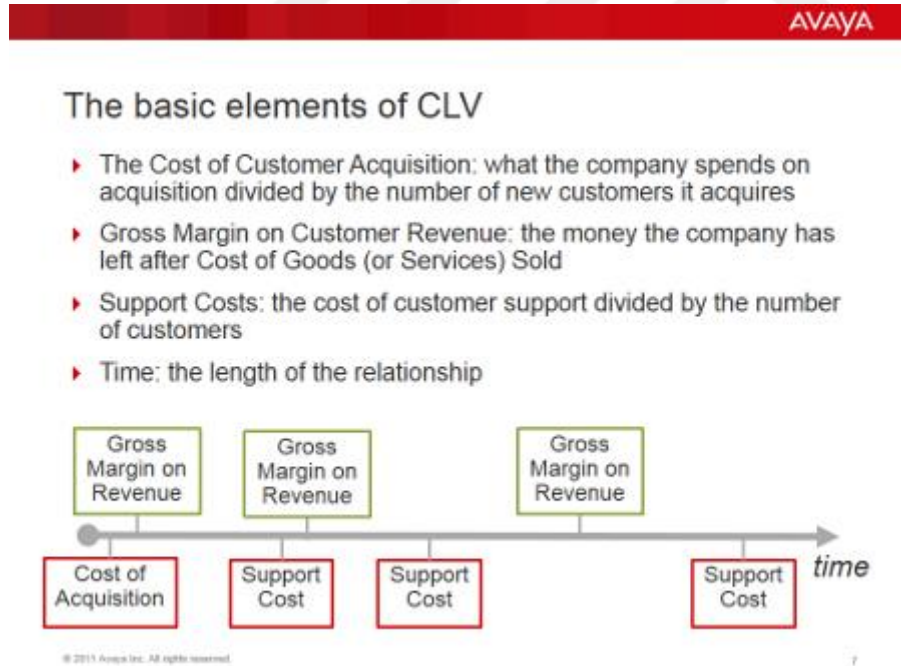
<https://tr.wikipedia.org/wiki/Pazarlama> (Erişim Tarihi: 06.07.2015)

Belki monopol hükmünde olan bir sektörde dahi bir firma ürün satıyorsa, müşterinin gönlüne giden bir yol bulunup markaya bağımlı bir hale getiremiyorsa, o veya bu şekilde sektöre yeni girecek olan birileri dahi müşteriye daha iyi gelecek ve müşterinin gönlüne girecek bir yol bulduğu zaman müşteri artık tercih ettiği eski firmayı bırakabilecektir.

Markaya sadık müşteri, sonrasında marka elçileri ve marka avukatları oluşturma yolunda şirketler birbirleriyle amansız bir mücadele ve rekabet içine bulunurken üzerinde en çok durulmaya başlanan kavramlardan biri de Customer Lifetime Value ( Müşteri Yaşam Değeri) olmuştur. Temel elementleri aşağıdaki tabloda yer aldığı gibi müşteri yaşam değeri elementleri arasında;

- Müşteri elde etme maliyeti,
- Satılan ürün ve hizmet maliyetlerinden sonra şirketin elde ettiği para,
- Müşteri sayısına müşteri destek maliyetlerinin bölünmesiyle elde edilen destek maliyetleri,
- İlişkinin uzunluğunun yer aldığı zaman

yer almaktadır.



**Tablo 1: Müşteri Yaşam Değeri Temel Elementleri Tablosu**

Kaynak: <https://www.avaya.com/blogs/archives/2014/03/how-to-get-smart-about-customer-lifetime-value.html> (Erişim Tarihi: 01.06.2015)

Tüm bu ifade edilenler ışığında marka bağımlısı müşterilerin elde edilmesi bir maliyet, emek, zaman ve devamlılık işidir.

Yine basit bir örnekle ifade etmek gerekirse; iki tane sakız alacak parası olan bir çocuğa bakkalın üçüncü bir sakızı ücretsiz olarak da vermesi aslında bir çeşit müşteri sadakati yatırımdır.

## **2.2. Sadakat Programları**

Sadakat pazarlaması ile müşteri sadakati oluşturmak sadece bir pazarlama programı değildir aynı zamanda bir iş stratejisidir, tüm işlerde müşterilerin payını daha da artırmanın ve maksimum düzeye getirmenin arayışı olmalıdır. Müşteri sadakati takibi süregelen ve bir destinasyondan çok bir yolculuk hükmündedir.

Duffy, D.L. (1998)

Aaker (1996) sadakat segmentasyonuna odaklanmanın güçlü markalar inşa etmede stratejik ve taktik içerik olarak yardım sağladığını vurgulamıştır.

Aaker, D.A (1996)

Söderlund'a göre pazar, gruplar arasında değil ama gruplar içinde farklı segmentlere bölünüp benzer tercihleri olan insanları barındırır.

Söderlund, M. (1997)



Bir şirket sadakat pazarlaması uyguluyorsa, ilk olarak sadık müşterilerinin kim olduğunu bilmelidirler, ki bu “business to business” pazarlamacılar için tüketici eşyaları pazarlamacılarına göre çok daha kolaydır. (Dowling& Uncles, 1997)

Sadakat çeşitlerinden bahsedildiğinde karşılaşılan kavramlardan biri “false loyalty”dir. Bu tarz bir sadakat, müşterilerin sınırlı sayıda ürün seçeneği olduğu durumlarda ortaya çıkmaktadır. Müşteriler sadık gibi görünse bile, ellerinde başka bir alternatif olmadığı için, üründen memnun olmasalar da o ürünü almak durumundadırlar.

(Burgeson, 1998)

Riezebos’a göre (2003) tüketicinin marka bağlılığı son yıllarda azalmıştır. Bundan yaklaşık otuz yıl önce tüketiciler sürekli olarak aynı ürün sınıfı içinden aynı ürünü alıyorlardı. Bugün ise insanlar çok farklı markalarda aynı sınıftaki ürünleri tercih edebiliyor.

Schiver’e göre (1997) bu da hizmetlerin, ürünlerin, sitil ve aksesuarların büyük oranda çeşitlenmesinden kaynaklanmaktadır. Eğer tercih edilebilecek çeşit miktarı çok fazlaysa, değer belirsizleşebilir, ayrıcalıklar kaybolabilir ve insanların kafalarının karışıklığı artabilir. Günümüzde tüketici yayınları, broşürler ve internetten dolayı ürün bilgisine ulaşabilmek daha da yaygın ve kolay olmuştur.

Tüketicilerin daha kolay bir şekilde ürün bilgisi elde edebilmeleri müşterilerin beklentilerini yükseltmiştir. Schriver, bu meseliyi farklı bir bakış açısıyla ele alarak ortaya koymuştur. “İnsanlar ister istemez bazı işletmeleri güçlendirip patronlaştırmıştı. Ancak bugün mevcut olan ortam daha da rekabetçi ve streslidir.

Schriver’e göre tüketiciler daha da taktiksel hareket etmektedir ve bunların birçoğu da markaları değiştirmeyi zaten defalarca denemiş ve dünyanın sonunun da gelmediğini, bilakis daha da kendi menfaatlerine gelişmeler olduğunu görmüşlerdir. Bir müşteri her defasında yeni bir ürünü denediğinde daha da geniş bir tecrübe edinmiştir”.

Schriver şöyle der: “Yarın tüketiciler odaklanamayacak kadar yoğun, dikkat edemeyecek kadar kaygılı, dinleyemeyecek kadar şüpheli, bağlantı kuramayacak kadar kafası karışık ve birşey satılamayacak kadar idrak edemeyecek durumda olabilir. Bir şirketin hayatta kalabilmesi için müşterilerin ihtiyaçlarını karşılması, onları sadık ve mutlu tutması çok önemlidir, ancak çok farklı tercihleri olduğu için tüm müşterileri memnun etmek çok büyük bir zorluktur.”

Schriver, S. (1997)

Butscher'e göre müşterileri elinde tutabilmek için oluşturulmuş birçok farklı sadakat yöntemi vardır ve bunların en çok bilineni *ilişkisel pazarlamadır*. Farklı yöntemlerin ortak iki özelliği vardır, birincisi müşteride ürüne, marka yada firmaya yönelik sadakat oluşturma çabasıdır. İkincisi ise daha geniş bir strateji etkisi olması ve sektörde gelişim yaşamalarıdır. Müşteriye yakın olmak ve müşteri sadakati oluşturmak için başarılı yatırımlar yönetmek sadece önemli olmanın yanı sıra birçok şirket için başarıda anahtar faktördür. Yapılanmalarını tamamlamış firmaların müşterilere yakınlığı pazardaki yeni şirketler için yüksek bir giriş bariyeri oluşturur.

Bundan dolayı zaten sektörde yer alan yapılanmalarını tamamlamış şirketlerin yüksek standartlarını yakalamakla değil, aynı zamanda güçlü kişisel ilişkiler, güven ve saygının ayrı bir yer tuttuğu bir sistemin içine girmeye çalışmak zorundadırlar. Butscher ayrıca artan rekabet, öngörülemeyen ve iyi bilgilendirilmiş müşterilerin olduğu bir pazarda marka sadakatini artırmaya yönelik çabaların artmasının çok daha önem arzettiğini ifade eder. Sadakat oluşturmak başarılı olmak için en önemli stratejik faktörlerden biri olacaktır, bu faktörleri göz ardı etmek şirketlerin başarısızlığına sebebiyet verecektir.

Butscher, S.A., (2000)

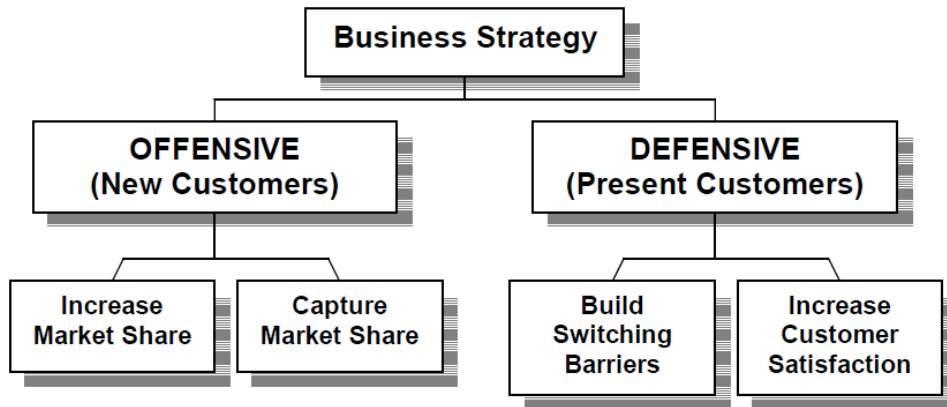
Fornell'e göre ise yaygın literatürde hem pazar payı hem de müşteri memnuniyeti karlılığa vesile olmaktadır, ancak pazar payı ve müşteri memnuniyeti arasında olumlu bir bağlantının olduğu kesin değildir.

Fornell ayrıca *“Sadık müşteriler her zaman memnun müşteri anlamına gelmez, ama memnun müşteriler sadık müşteri olmaya meyillidir.”* demektedir.

Fornell, C. (1992)

Fornell, müşterilerle olan ilişkinin saldırgan ve savunucu olarak iki ayrı iş stratejisine ayrılabilirliğinin de altını çizmektedir. Saldırgan strateji yeni müşterileri cezbetmek için çaba gösterirken, savunucu stratejide zaten mevcut olan müşterileri elde tutmaya yönelik çaba söz konusudur.

Figure 1: Offensive and Defensive Strategies.



**SOURCE:** Adapted from Fornell, 1992, p.8

### Şekil 1: Saldırgan ve Savunucu Stratejiler

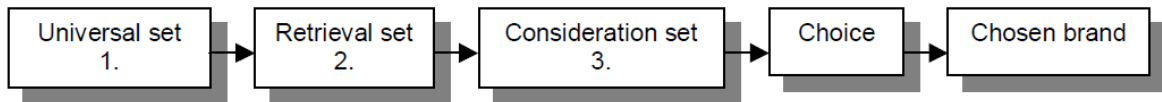
Diğer taraftan müşteri memnuniyeti rakiplerin birbirlerinin müşterileriyle alakalı mücadelelerini daha masraflı bir hale getirmektedir.

Memnuniyetle alakalı verilebilecek genel bir örnek havayolları ve onların sık uçan yolcu programlarıdır ki; bu programlar müşterilere ekonomik faydalar sağlarken müşterilerin sadık kalmalarını ve tekrarlanan sayılarda alım yapabilmelerini sağlamak için dizayn edilmiştir. Başarılı bir müşteri memnuniyetinin ölçüsü sadık müşterilere yol açan yüksek müşteri muhafazasıdır.

Müşteri bir dizi hiyerarşik marka alternatif kümeleri geliştirir; bunlardan ilki pazarda bulunan tüm markalara işaret eden *evrensel küme*dir. Bir sonraki markanın alt kümelerini içeren ve müşterilerin hafızalarında çağrışım yaparak evrensel küme içinden çıkan *geri kazanım kümesi*dir. Geri kazanım kümesi, müşteriler tüm markalara karşı muhafazasız yada hassas olmadıkları için evrensel kümeye nazaran nispeten daha da küçüktür.

En son küme ise satın alma sürecinde tüketicinin markaya dair bildiği ve farkında olduğu tüm olumlu düşünceler/duygular setinin söz konusu olduğu, tercih yapıp ödeme yapmadan önceki sürece ilişkindir. (Kardes et al., 1993)

Figure 2: The Sequential Multistage Process Model.



**SOURCE:** Adapted from Kardes, Kalyanaram, Chandrashekar and Dornoff, 1993, p 64.

## Şekil 2: Ardışık Çoklu Aşama Süreç Modeli

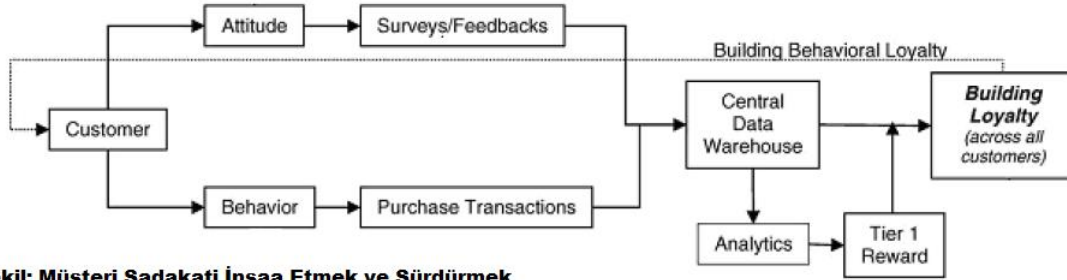
Kumar ve Shah'a göre her şirketin temel amacı karlılıktır ve bir şirketin bunu elde etmesinin bir yolu sadık müşterileri kazanmak ve bunu devam ettirmektir.

Karlılığa odaklanmadan bir şirket müşteri sadakati oluşturmak için yatırım yaparsa, uzun vadede başarısızlığa sebebiyet verebilir. Yine Kumar ve Shah *davranışsal* ve *tutumsal* olarak iki çeşit sadakat olduğuna işaret etmektedir.

Satın alma davranışı ile bittiğinde müşteri sadakat programı bir şirket için önem arz eder. Bu bir şirkete direkt ve maddi geri dönüşüm sağlayacaktır ki; bunu davranışsal sadakat sağlamayacaktır.

Karlılık elde etmek için davranışsal sadakat önem arz etmektedir, diğer taraftan tutumsal sadakatin de şirket için önemi vardır. Çünkü müşterilerine bir çıkış bariyeri inşa etmesine yardımcı olacaktır.

Bundan dolayı, müşterinin firmaya yada markaya yönelik olumlu bir tutumu olmasına rağmen, başka bir firma yada markaya karşı daha pozitif bir tavır sergileyebilir. Müşterilerin bu tutumları en iyi olarak anketlerle, odak grupları ve müşteri geribildirimleriyle ölçülebilir.



**Şekil: Müşteri Sadakati İnşaa Etmek ve Sürdürmek**

**Kaynak: Kumar, S. (2004).**

### Şekil 3: Müşteri Sadakati İnşaa Etmek ve Sürdürmek

Kumar &Shah, (2004)

Son yıllarda şirketler arasında müşteri sadakat programlarının uygulanması oldukça artmıştır ve müşteri ilgi odağı olmaya başlamıştır.

Müşteri sadakat programları finansal ve ilişkisel ödüllerle müşteriye markaya sadık kalmalarını sağlamaya yöneliktir. Müşteri sadakat programlarının iki temel amacı vardır. Birincisi artan satın almalara bağlı olarak artan gelir satışları ve ikinci amaç da mevcut müşteri seviyesini sürdürmek için marka ile mevcut müşteriler arasında bağ kurmak. Uncles Dowling&Hammond, (2003)

O'Malley'e göre (1998) sadakat programları sadık müşterileri ödüllendirmek, müşterilerle alakalı bilgi üretmek ve davranışlarını ustalıkla hareket ettirmek için geliştirilmiştir.

Müşteri sadakat programları ile alakalı Yi ve Jeon da müşteri sadakat programlarının genellikle bir ödül şeması kapsamında müşteri sadakati inşa etmek için sunulduğunu ifade etmektedirler.

Müşterilerin değer algısı sadakat programları vesilesiyle marka sadakati oluşturmak için gerekli bir koşuldur. Dowling ve Uncles bir programa ait olmanın ve puan biriktirmenin psikolojik faydalarını tanımlamaktadır.

Biriktirilen puanların bir ödüle layık bulunması sadakat programlarında psikolojik ödül olarak değerlendirilebilir.

Yi ve Jeon da değer algısının farklı ödüllere bağlı olabileceğini işaret etmektedir ve müşterilerin kendi ihtiyaçlarına yarayacak ödüllerden çok, lüks ve değer içeren ödülleri tercih etmekte olduklarını vurgulamaktadırlar.

Butscher'a göre sadakat programlarının temel amacı faydaya dönüşecek duygusal bir ilişki oluşturmaktır. Faydalar değerli olmalıdır ve müşterilerle şirket arasında duygusal bir bağ kurabilecek kapasitede olmalıdır. Liang ve Wang da faydalar kavramını müşterilerin kendi arzularına göre tercih ettikleri ve seçtikleri marka fikrine dayandırmaktadır.

Butscher'in ortaya koyduğu bir diğer tespit ise; müşterilerin bir sadakat programını tercih etmeden önce üyelik ücreti ve yerine getirmeleri gereken zorunluluklar gibi girdi ile alakalı bir takım hususlarla beraber programdan çıktı olarak elde edecekleri faydalar, imaj ve özel müşteri statüsü gibi mevzularını da dikkatle tartmalarındır.

Girdi ile çıktı arasındaki denge, bir sadakat programında müşteri ile ilişki kurulabilmesine uygunluk arz etmelidir. Bu denge müşteriler için doğru faydaları seçmeyle alakalıdır. Aşağıdaki şekilde müşteri sadakat programlarının müşterilerle alakalı girdi ve çıktı bilgileri gösterilmektedir.

Girdiler	Çıktılar
Üyelik Ücreti	Faydalar
Veri Paylaşımı	Finansal Avantajlar
Yükümlülükler	Tercih Edilen Müşteri
Fayda	Muamelesi
Maliyetleri	Statü/İmaj

Butscher, S. (2002).

### **Tablo: 2 Müşteri Girdi ve Çıktı Bilgileri**

Sadık müşterinin şirkete sağladığı bir diğer fayda, sadık müşterilerin şirketi zaten bilmelerinden dolayı pazarlama maliyetlerinin azalmasıdır. Sadık müşteri şirketin duruşunu ve ürün kalitesini bilen kişidir.

Hiçbir müşteri memnun olmadığı bir markaya sadık olmaz. Sadakat kavramı iki açıdan yorumlanmalıdır; etkili sadakat ve davranış sadakati. Etkili sadakatte bir marka yada şirkete yönelik olumlu bir yaklaşım söz konusudur ki; bu bir iç değerlendirme süreci sonrasında oluşmuştur. Davranış sadakati de bir kişinin satın alma faaliyetinin sıklığının derecesini yansıtır. Memnuniyetten daha çok sadakat oluşumunu belirleyen unsurlar vardır. Örneğin; marka sermayesi ve müşterilerle iletişim yönetimi bunlar arasında sayılabilir.

Memnuniyet, müşteriye daha yüksek bir tutundurma oranı sağlayan bir histir ve daha geniş ölçüde ağızdan ağıza olumlu yayılmaya vesile olur. Müşterileri markaya sadık hale getirebilmek için şirketler müşterileriyle daha etkin ve etkili sosyal ve kişisel ilişki ağları kurmak zorundadır. Bu bağlardan finansal bağ markaya sadık müşteri oluşturmada en önemli etkendir.

Marzo-Navarro et al., (2004)

Yi ve Jeon'a göre de sadakat programları müşteri sadakati oluşturmak için sunulmuştur. Uncles, Dowling ve Hammond da müşteri sadakat programlarının müşterilere ilişki ve finansal ödül şeklinde ödüller sunduklarını ifade etmişlerdir.

Fornell, Yi&Jean, Uncles, Dowling&Hammond ve Butscher müşteri sadakat programlarıyla alakalı aşağıdaki hususlarda ittifak etmişlerdir.

- Müşteri sadakat programları kar artışı ve ilişki kurmayı hedefler
- Müşreti sadakat programlarında maksat duygusal bağ ve ilişkiler kurmaktır
- Müşteri sadakati kurup, fayda ve değer elde etmek esastır.

Müşteri sadakati kapsamında vurgulanan *fayda* şirketler ile müşteriler arasındaki en temel kavramlar arasında yer almaktadır.

Müşteri sadakatinin şirket açısından faydaları:



- Müşterileri elde tutmak yeni müşteri çekmekten daha az maliyetlidir.
- Gelir elde eder.
- Pazarlama değerleri düşer.
- Ağızdan ağıza olumlu bir şekilde markanın yayılmasına vesiledir.

Müşteriler açısından faydaları fonksiyonel ve sosyal olarak iki kategoride ele alınabilir:

1. Fonksiyonel faydalar:

- Vakit kazandırır
- Kolaylıktır
- Ekonomik faydaları vardır
- Risk azaltır

2. Sosyal faydalar:

- İlişki ve güven açısından memnuniyet ve rahatlık sağlar

Marzo-Navarro et al., (2004)

Sadakat programlarının tarihine ve tarihsel değişimlerine baktığımızda karşımıza Türkiye ile de alakalı ilginç bir müşteri sadakat programı uygulaması karşımıza çıkıyor. Batılı kaynaklara göre ilk müşteri sadakat programı genel olarak 1700'lü yıllarda Amerika'da "bakır jeton" uygulamasıyla başladığı ifade edilirken, Toronto York Üniversitesi Pazarlama Bölümü profesörlerinden Jane-Michele Clark tarafından kaleme alınan bir yazıda şu ifadeler yer verilerek "sadakat" programlarının tarihçesinde farklı bir pencere açılmaktadır: "...bize kalıntıları gösteren Türk tur rehberi göre kayıtlı olan ilk "sadakat" programı milattan sonra ikinci yüzyılda Efes'te gerçekleşmişti.

Müşterilere her ilk dört ödeme için özel bir taş vererek, 5. yağ dolularında her müşteriye ücretsiz bir amfora testi dolum yapıyordu birbirine rakip yağ tüccarları...”.

<http://www.theqgroup.com/articles-b.php?ArtID=37> (Erişim Tarihi: 07.03.2015)

Yukarıda da ifade edildiği gibi 1700’lü yıllarda Amerika’da “bakır jeton” uygulamasıyla müşteri sadakati hedeflenmiş ve müşterilere alışveriş sonrası verilen bakır jetonlarla bir sonraki alışverişlerinde indirim hakkı elde edebilmelerine imkan sağlanmıştır.



**Şekil 4: Bakır jetonlar**

1700’lü yıllarda ödül olarak bakır jetonlarının Amerika’da müşteri sadakat programlarında kullanılması güzel bir girişim olmuştur. Ancak bakır jetonların pahalı birer sadakat aracı olmasından hareketle perakendeciler, daha ucuz enstrümanların kullanıldığı sadakat programlarının arayışına girmişlerdir. 1891 yılında bakır jetonların yerini daha az maliyetli pullu “müşteri sadakat programları” almıştır.



**Şekil 5: Müşteri Sadakat Programlarında Pulların Kullanılması**

1800'lü yıllarda müşteri sadakat programlarında pullar kullanılmaya başlanırken “Green Shield” pulları perakende müşteri sadakat programlarının ilklerinden biri olmuştur ve bugün Air Canada'nın Airmiles Ödül Programı ve Aeroplan Sadakat Programı'nın temelini oluşturduğu ifade edilmektedir.

Alışverişler sonrasında firma müşterilerine pul veriyor ve bu pullar belirli perakende mağazalarında yer alan katalog ürünlerinden ücretsiz seçip alabilme hakkını veriyordu.

1900'lü yılların başlarında, sadakat programlarında pul biriktirme programlarının devam ettiği görülmektedir. Müşteri ile bağ kurup bu bağın devamlılığını sağlamak için bireysel bazı marka ve perakendecilerin de yeni yöntemlere başvurdukları görülmektedir.

“Box tops” programı da orijinal bir marka özel programlarından birisidir. Burada ürün ambalajını iade edip ürünü satın aldığını gösteren müşteriye bir bonus verilmekteydi.



**Şekil 6: Box Top Müşteri Sadakat Programı Kuponu**

Betty Crocker, 1929 senesinde farklı perakendeciler arasında markaya özel sadakat programlarını başlatarak müşterilerine sunmuştur. Box Top programları bugün bildiğimiz manasıyla sadakat programlarının çerçevesini çizmektedir.

Ayrıca Betty Crocker 2006 senesinin Aralık ayına kadar sadakat programları çerçevesinde müşterilerine puan kullandırmış ve o tarihten sonra da sadakat programı kapsamındaki ürün katalogunu kapatmıştır. Günümüzde websiteleri üzerinden müşterilerine bir yazı ile “sadakatınızdan dolayı teşekkür ederiz” şeklinde teşekkür etmektedirler.



Betty Crocker  
Muffin Mix and  
Cookie Mix Savings

**GET COUPON**

**Şekil 7: Betty Crocker Sadakat Programı Kuponu**

1990'lı yıllarda kartlı perakende sadakat programları popüler olmaya başlamıştır. Mağazalar müşterilerini ellerinin altında tutabilmek için kupon ya da pul biriktirmek yerine, kişiye özel olarak tanımladıkları kartlarla müşterilerini daha da yakın takibe almaya başlamışlardır. Şu an günümüzde de bu tarz programlar popüleritesini korumaktadır. Hatta bazı müşteriler sırf bu şekilde müşteri sadakat kartlarını koymak için haricen kartlık, cüzdan vs. kullanmaktadır.



**Şekil 8: Müşteri Sadakat Programlarına Örnek Bazı Kartlar**

Dünyanın dört bir yanında, bir takım değişiklikler arz etmekle birlikte, aynı hedef doğrultusunda müşteriye cezbederek, müşteri profillerine göre doğru enstrümanları da kullanarak müşteri bağlılığı, bağımlılığı ve sadakati oluşturmaya yönelik stratejiler her ölçekte ticari kurum ve kuruluşlar tarafından uygulanmaktadır.

Avustralya'da Myer'den Amerika'da Walmart'a, Kanada'da Chevron'dan İngiltere'de Tesco'ya, Almanya'da Payback'ten Rusya'da Malina'ya, İsviçre'de Pointpay'den İtalya'da Essulunga'ya, Macaristan'da Supershops'tan İspanya'da Husa Hoteles'e, Türkiye'de Türk Hava Yolları'ndan Finlandiya'da S-Group'a, Norveç'te NorgesGruppen'den İran'da Iran Credit Card Group'a ve daha onlarca, yüzlerce, binlerce kurum ve kuruluş farklı müşteri sadakat programlarıyla müşteri memnuniyetine giden yolda etkin bir duruş sergilemek istemektedir.

Tabii ki teknolojinin de gelişmesiyle günümüz sadakat programlarında e-ticaret ağırlıklı ve online kurgulu bir yoğunluk gözlemlenmektedir. Öyle ki; online mağaza ya da site üzerinden günümüzde herkesin bir ödül veya sadakat programına dahil olması mümkün olmaktadır. Hatta günümüz şartlarında bu tarz online programların daha da kolay kullanımlı ve başarılı olduğunu söylemek de mümkündür.

Dünyanın ilk mobil cüzdanı "PointsPay", sadakat puanlarının ya da millerin nakit olarak kullanılabilmesine ve bu puan ve millerin POS makinelerinde ya da online alışverişte kullanmalarına imkan sağlamaktadır.

Gerek mobil olarak, gerekse farklı diğer yöntemlerle müşteri sadakat programı sunan kurum ve kuruluşların en önemli yapmaları gerekenlerden bir tanesi "farklılık" oluşturmaktır. "Zaten yüzlerce, binlerce marka müşteri sadakat programı uyguluyor ama biz daha farklı olarak ne getirebiliriz?" sorusunun cevabı kaliteli ve etkin bir müşteri sadakat programının temel çıkış noktalarındandır.

Belki de bu soruya bir cevap hükmünde müşteri sadakat uzmanlarından ve Sweet Tooth blog yazarlarından Alex McEachern, bir vaka çalışması olarak Starbucks'ın mobil sadakat programı uygulamasını ele almaktadır.

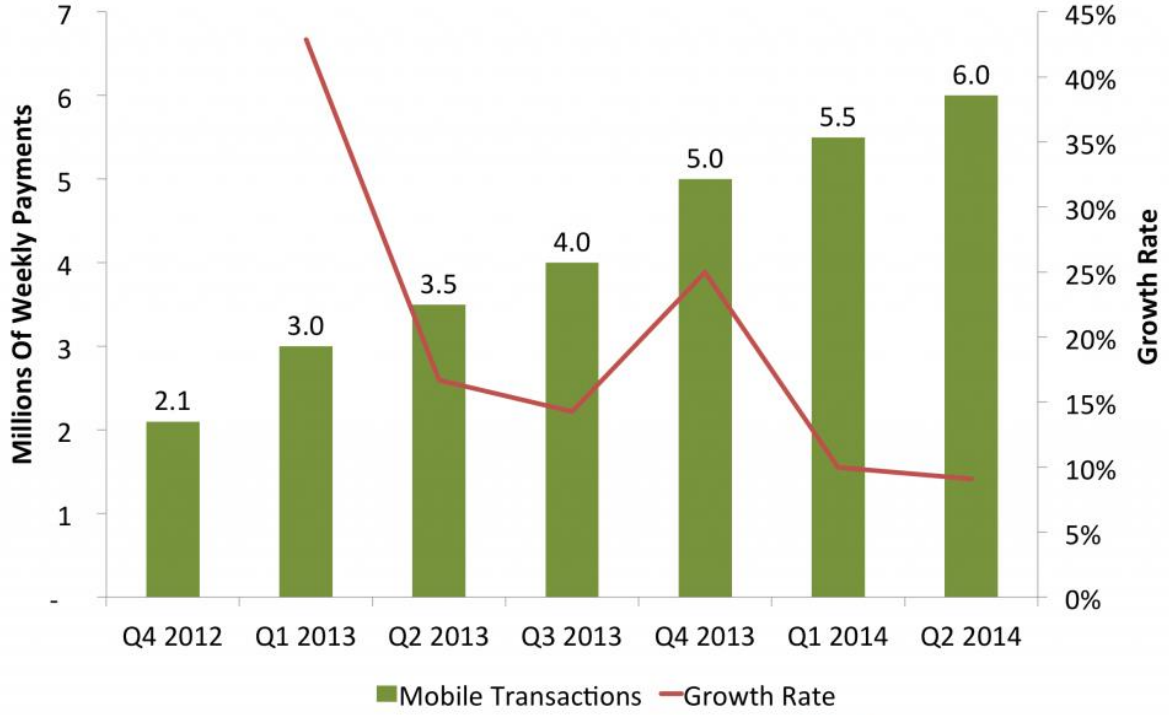
<https://www.sweettoothrewards.com/blog/loyalty-case-study-starbucks-rewards/> (Erişim tarihi: 25.09.2016)

Bilindiği üzere Starbucks kahve devi bir Amerika'lı şirket olarak dünyanın dört bir yanına şube açmıştır. “My Starbucks Rewards” programı alışlagelmiş sadakat programlarının dışında bir özellik taşımaktadır. Starbucks'ın uygulamasını müşteriyle interaktif bir etkileşime imkan sağlamaktadır. Bugüne kadar kaç “yıldız” (puan) alındığı bu program ile görüntülenebilmekte, ödeme yapılabilmekte ve en yakındaki Starbucks'ın lokasyon bilgilerine de ulaşılabilir.

Bu programın uygulanmaya koyulmasıyla Starbucks gelirlerini %11 artırmıştır ve bu programın kullanılmaya geçmesiyle ortalama haftalık 6 milyon civarı işlem yapılabilmektedir.

## Starbucks Weekly Mobile App Transactions

U.S. company-operated stores



Source: Starbucks Statements, BI Intelligence

BI INTELLIGENCE

Starbucks is doing 6 million in mobile app transactions weekly

BI

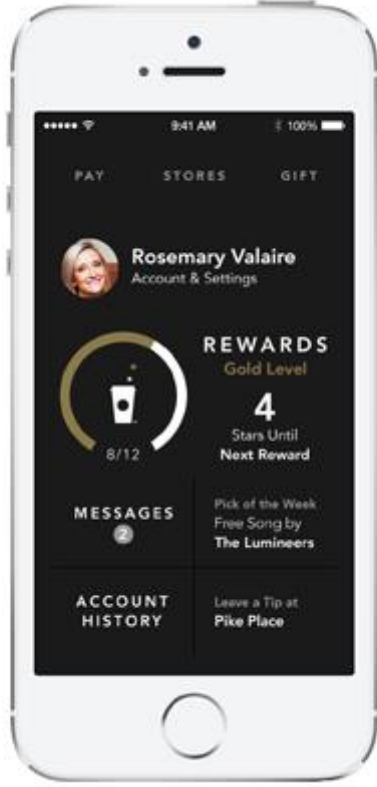
### Şekil 9: Starbucks haftalık mobil işlem adetleri

Bilinen ve alışılmış kartlı müşteri sadakat programından daha farklı olarak , “My Starbucks Rewards” programı ile müşterilerin puanlarıyla yapabilecekleri alışveriş imkanı genişlemektedir ve aralarında çay, kahve çekirdeği ve Kcups gibi market ürünlerinin de olduğu ürünlerden de faydalanabilmektedirler.



### Şekil 10: Program Çerçevesinde Sunulan Bazı Starbucks Ürünleri





**Şekil 11: Starbucks Mobil Aplikasyonu**

Mobil aplikasyon vesilesiyle alışveriş yapan Starbucks müşterileri kendilerine gönderilen “Star Şifreleri” ile belirli ürünler için özel puanlar da kazanabilmektedir. Sadık müşterileri daha da ödüllendirmek için, kendilerini daha da elit ve önemli hissettirmelerine imkan sağlayan “gold level” statüyü uygulamaya geçirmiştir.

Starbucks programına üye olan kişiler 12 aylık süre zarfında toplamda 30 “yıldız/puan” aldıklarında altın üye statüsüne erişmiş ve kişiye özel bir altın kart sahibi olabilmektedirler. Bu statü ile sağlanan haklar arasında buzlu ve filtre kahvede ücretsiz dolmuş, ücretsiz çay dolmuş, ücretsiz yiyecek ve içecek imkanlarının sağlanmasının yanı sıra müşterilere kişiye özel altın kart da verilmektedir.



**Şekil 12: Starbucks Altın Kart**

Söz konusu altın kart uygulaması müşterinin kendilerini özel ve önemli hissetmeleri için en önemli motivasyon kaynaklarından biridir.

### **2.3. Havayolu Sadakat Programları**

Birçok havayolu, müşterilerini teşvik edip sık uçan yolcu programları tasarlamıştır. Bu programlar vesilesiyle havayolu müşterileri puan, mil, kilometre yada segment diye tabir edilebilen kazanımlar vesilesiyle indirimli ya da ücretsiz uçak bileti ve diğer farklı ödüller elde edebilmektedir. Sık Uçan Yolcu Programları (Frequent Flyer Program-FFP) kapsamında kazanılan puanlar sınıf ücretlerine, uçulan mesafeye ya da havayolunun bağlı olduğu ortaklarına ve ittifaka ya da ödenen para miktarına göre değişebilmektedir.

Puan kazanabilmenin başka yolları da mevcuttur. Örneğin, son yıllarda özellikle ortak markalarla yapılan anlaşmalar çerçevesinde kredi kartı ya da debit kartlardan elde edilen puanlar havayoluyla yapılan uçuşlarda elde edilen puanlardan daha da fazladır.

Puan kazanmanın bir diğerk yolu da anlaşmalı outletler, araba kiralama firmaları, oteller ve diğerk anlaşmalı iş sektörlerinde harcama yapmaktır. Kazanılan puanlar havayolu seyahatlerinde, diğerk bazı eşya ve hizmetler kapsamında da harcanabilmektedir. Mesela; seyahat sınıfının yükseltilmesi, havaalanı özel yolcu salonları ve öncelikli rezervasyon gibi alanlarda kullanılabilir.

İlk modern sık uçan yolcu programı 1972 senesinde Western Direct Marketing tarafından United Airlines için hazırlanmıştır. Firma, üyelerine plaket ve promosyon malzemeleri vermiştir. 1979 senesinde ise Texas International Airlines mil takip sistemine dayalı ilk sık uçan yolcu programını oluşturarak, yolcularına uçuşlarına bağlı olarak ödül vermeye başlamıştır. 1980 senesinde Western Havayolları ilk Seyahat Bankasını Delta Havayolları ile birleşmeden önce 1980 senesinde kurmuştur.

American Airlines 1981 yılında AAdvantage programını başlatmıştır. Bu program sık uçan yolculara özel ücretler sunan bir program olmuştur. American Airlines'ın bu programını United Airlines'ın Mileage Plus ve Delta Airlines'ın SkyMiles ve British Airways'in Executive Club programları takip etmiştir.

2005 Ocak verilerine göre tüm dünyada 14 trilyon sık uçan yolcu puanı toplanmış ve bunun toplam değeri yaklaşık 700 milyar Amerikan dolarına tekabül etmektedir.

[https://en.wikipedia.org/wiki/Frequent-flyer\\_program](https://en.wikipedia.org/wiki/Frequent-flyer_program) (Erişim Tarihi: 03.05.2015)

1981 yılında American Airlines tarafından başlatılan AAdvantage bazı araştırmacılara göre modern dünyanın ilk tam ölçekli sadakat programı olarak adlandırılmaktadır.

Müşteri sadakati ile alakalı bir evrimin gerçekleştirildiği program, günümüzde 50 milyondan fazla üyesine hitap etmektedir.



**Şekil 13: American Airlines Sık Uçan Yolcu Programı**

Yıllar geçtikçe önemi daha da artan sık uçan yolcu programları havayollarının kendi aralarında ticari çıkarları doğrultusunda bir araya gelerek oluşturdukları ittifaklarda da yerini ve önemini almıştır.

Günümüz havacılık sektörünün üç büyük havacılık ittifakına sırasıyla bakılacak olursa önemli bir pazarlama aracı olarak havacılık ittifaklarında müşteri sadakat programlarının yerini daha net bir şekilde görebilmek mümkün olacaktır.

#### **2.4. Körfez Havayolları**

Günümüzde havacılık camiasında en önemli taşıyıcıların ve coğrafyanın olduğu bölge körfez bölgesidir. Batıdan doğuya doğru hızla havacılık merkez ve eksen kaymasından dolayı körfez bölgesi ve bunun neticesi olarak da körfez taşıyıcıları son derece önemli bir yer teşkil etmektedir.

Körfez havayolları deyince sayıları çok daha fazla olmakla beraber akla ilk gelen en önemli havayolları Etihad, Emirates ve Katar havayollarıdır.

Bu üç havayolunun müşteri memnuniyeti ve hizmet kalitesi açısından en iyiler arasında olduğu bilinmektedir.

Körfez havayollarının yükselişi ile alakalı literatürde de bir çok araştırma ve eser son yıllarda daha da artarak yerlerini almıştır.

Körfez taşıyıcıları havacılık dostu yatırım ve yerel hükümetleri tarafından alınan düzenleyici kararlarla, havacılığın liberalleşmesi çabaları, agresif filo büyümeleri, Avrupa-Asya seyahatlerinin hızla büyümeleri ve maliyet bazının kombinasyonundan faydalanmaktadırlar.

Seyahat muhabiri Lee Siew Hua; “Körfez taşıyıcılarının yükselişi, havayolu seyahatlerinde yeni “enler” meydana getiriyor ve diğer havayolları ile olan rekabeti daha da artırıyor. Ama bu aynı zamanda uçak yolcularının daha düşük tarifeli uçabilmenin keyfini yaşamaları, daha geniş seçeneklerinin olması ve daha çok hoş giden hizmetler anlamına geliyor.” şeklinde yaptığı araştırmalara dayalı yorumlarını paylaşmaktadır.

Havacılık tutkusunun çarpıcı bir örneği olarak Körfez havayolları arasında ultra-uzun uçuşlar gerçekleştirilmiştir. 2 Mart 2016’da Emirates durmaksızın dünyanın en uzun ticari uçuşunu Dubai ile Auckland arasında gerçekleştirmiştir. Dünyanın en büyük yolcu uçağı olan iki katlı Airbus 380 ile gerçekleştirilen uçuş 14,200 km ve 16 saat 24 dakikadır.

Etihad 2003 senesinde Abu Dhabi’de, Katar 1997’de Doha’da, Emirates ise 1985 yılında Dubai’de kurulmuştur.

Her ne kadar söz konusu üç körfez taşıyıcı havayolu sektöründe yeni denilebilecek bir konumda olsalar da, dünya ölçeğinde ortaya koydukları iş, verdikleri hizmet kalitesi ve başarılarıyla onlarca yıldır faaliyet gösteren birçok havayolunu geride bırakmışlardır ve övgü almaya devam etmektedirler.

Havacılığın Oscarları diye bilinen, yolcu anketleri sonrasında şekillenen Skytrax ödülleri Yılın Havayolu olarak 2011, 2012 ve 2015’de Katar Havayolları almıştır.

Sık uçan yolcuların körfez taşıyıcılarıyla alakalı yapmış oldukları en belirgin tespitlerden birisi; bu havayollarının müşterilerini şımartırken, cazip fiyatlar sunmaları ile nam yapmaları ile alakalıdır.

2016 Ocak ayında Katar Havayolları, 150’den fazla destinasyonda business ve ekonomi sınıflarda % 45’e varan indirimler ve iki al bir öde şeklinde promosyon yapmıştır.

Körfez bölgesi coğrafi açıdan oldukça avantajlı bir konumda bulunmaktadır ve Singapur da dahil olmak üzere sekiz saatlik bir uçuşla bu bölgeden dünya üzerindeki 4 milyar insana ulaşmak mümkündür ve bu da Avrupa, Afrika ve Orta Doğu’da herhangi bir noktaya mükemmel bağlantılı uçuş imkanı sunmaktadır.

TripAdvisor uçuşları bölgesel direktörü olan Andrew Wong’a göre uzak güneyde Singapur da dahil olmak üzere, Orta Doğu’daki Dubai, Doha ve Abu Dhabi gibi hublar gerçekten de dünyaya açılan kapılar anlamına gelmektedir.

Körfez taşıyıcılarının havacılık sektöründe bu denli güçlü olmalarında bir diğer önemli etken de petroldür.

Singapur Yönetim Üniversitesi havacılık uzmanı ve stratejik yönetim doçenti olan Terence Fan da yaklaşık son on yılda seyreden yüksek petrol fiyatlarının Orta Doğu’daki ekonomiyi yükselişe geçirirken, bu havayollarının da hızlı yükselişine vesile olduğunu ifade etmektedir.

Havacılık, petrol üzerine inşa edilmiş olan Körfez ekonomilerinde bütünü tamamlayıcı ikinci kanadı oluşturmaktadır.

Ticari havacılık tarihinin en hızlı gelişen havayolu olarak Etihad Havayolları diğer havayollarının hisselerinden alarak ve codeshare anlaşmaları yaparak organik bir şekilde büyüme çabasıdadır.

Aralarında Virgin Australia, Alitalia ve Air Seychelles'in de olduğu 7 taşıyıcının hisselerinden almış olan Etihad aynı zamanda yaklaşık 5.8 yaş ortalamasıyla dünyanın en genç uçak filolarından birine sahiptir.

Katar Havayollarının filo yaş ortalaması dörtün altındadır. Emirates'in filo yaş ortalaması ise altı civarındadır.

Kuzey Amerika'da United Airlines ve Delta Airlines gibi havayollarında filo yaş ortalaması 15.8 civarında seyrettiğinden Körfez Havayollarının filo yaş ortalamalarının ne denli düşük olduğu daha da net bir şekilde anlaşılmaktadır. Tabii ki yeni bir uçakta uçuş yapmak yolcularda daha farklı bir memnuniyete de vesile olmaktadır.

Yeni uçaklarla alakalı TripAdvisor bölgesel direktörlerinden Andrew Wong'un işaret ettiği bir diğer önemli husus da; en yeni uçakların en yeni uçak içi ürünleriyle donatılmış olması, en yeni business class konfigürasyonlarının, en yeni ekonomi sınıf koltuklarının, aydınlatma ayarlarının ve en yeni uçak içi eğlence sistemlerinin yer almasıdır. Sonuçta olarak da; yeni uçakların işletimi daha verimli ve ekonomiktir.

Körfez Havayollarının özellikle batılı rakip havayolları tarafından eleştirildiği husus haksız rekabet ve "gizli sübvansiyon" konusudur.

Amerika'nın üç büyük havayolu United, Delta ve Amerikan Havayolları; devlete ait olan Körfez taşıyıcılarının Amerika pazarındaki hızlı büyümesini son on yılı aşkın süredir kendi devletlerinden aldıkları yaklaşık 42 milyar dolarlık "gizli sübvansiyon" sebebiyle gerçekleştiğini iddia etmektedir. Bu iddiada düşük faizli borçlanma, ülke havalimanlarında pazar fiyatlarının altında lease imkanı ve jet yakıtı sübvansiyonu hususları da yer almaktadır.

2015 senesinin Mart ayında Avrupa Birliği ulaşım bakanları bir araya geldiğinde Alman ve Fransız bakanların Körfez sübvansiyonunun bozucu etkileri ile alakalı ikazda buldukları Avrupa basınında yer almıştır.

Dünya havacılık ağında ciddi değişimler olduğu havacılık uzmanları tarafından farklı platformlarda dile getirilmektedir. Bunlardan birisi de Georgetown Üniversitesi McDonough School of Business'de misafir profesör olarak görev yapan Rob Britton'dur. 10.14. 2015 tarihinde, Rob Britton huffingtonpost.com adlı blogda yazdığı yazıda Körfez taşıyıcılarının sadece Amerika'yı değil tüm dünyayı etkilediğinin altını şu şekilde çizmektedir: "Lufthansa'nın en büyük hubu Frankfurt, körfez taşıyıcılarının pazara girmelerinden sonra Avrupa ve Asya'daki pazar payının yaklaşık üçte birini kaybetti ve bunun sonucu olarak da Afrika, Güneydoğu Asya ve Pasifik'te 20'den fazla şehre uçuşlarını kesmek zorunda kaldı."

[http://www.huffingtonpost.com/rob-britton/subsidized-gulf-airlines- 1 b 8294892.html](http://www.huffingtonpost.com/rob-britton/subsidized-gulf-airlines-1_b_8294892.html)

(Erişim tarihi: 15.12.2015)

Körfez havayolları için kar elde etmenin önem taşımadığına yönelik hakim bir görüş söz konusudur. Emirates Havayolları Başkanı Tim Clark ise bunun tam aksine ilk olarak 1985 senesinde Emirates'in başına değitildiğinde Dubai emirlerinin kendisine "her zaman kar et" dediklerini vurgulamaktadır.

2015 Martında tamamlanan finansal yıla beraber Emirates grubu 27 yıldır kar açıklamaktadır. Bir  nceki seneye nazaran % 34 artışla 1.5 milyar dolar kar ve %7 artışla 24.2 milyar dolar gelir elde etmişlerdir.

Bir diğer Körfez taşıyıcısı olan Etihad'a baktığımız zaman bugüne kadar en güçlü finansal sonuçları toplam 7.6 milyar dolarlık gelir ve 73 milyon dolar net karla 2014 senesinde elde ettiği görülmektedir. Bir  nceki yıla nazaran kar % 52.1 artarken, gelir % 26.7 oranında artmıştır.



Katar Havayollarının CEO'su Akbar Al Baker'in geçen sene Haziran ayında şirketin net 103 milyon dolar kar elde ettiğine ilişkin açıklamaları medyada yer almıştır.

Körfez taşıyıcılarının yöneticileri farklı ortamlarda devlet sübvansiyonu iddialarını yalanlamaktadır. Akbar Al Baker, Washington'da geçen sene katıldığı bir konferansta Amerika'daki hava yollarının Orta Doğulu rakiplerine hırsla ve kalitesiz servisle saldırdıklarını belirtmiştir.

Körfez taşıyıcılarının devlet sübvansiyonu almalarına ilişkin Amerikalı rakiplerinin iddiaları bir yana, American Airlines'ın iflastan korunması ile alakalı devlet sübvansiyonu alması konusu tartışmaları ayrı bir boyuta taşımıştır. Körfez havayollarının suçlandığı devlet sübvansiyonu Amerika'da uygulandığında bunun meşru karşılanması tartışmaları artırmıştır.

Sidney'deki Havacılık Merkezinde Orta Doğu ve Afrika'dan sorumlu kıdemli havacılık analisti Simon Elsegood'a göre körfez havayollarının başarısı bir dizi faktörden kaynaklanmaktadır.

Elsegood bu başarıyı şöyle ifade etmektedir: "Havacılık-dostu yatırımlar ve kendi yerel hükümetlerinin düzenleyici kararları, havacılıkta liberalleşme çabaları, modern ve etkin tiplere odaklanan agresif filo büyümesi, Avrupa-Asya seyahatlerinin hızlı gelişimi ve düşük ücret bazı gibi bir kombinasyondan faydalanıyorlar.

Bu gıpta edilecek düşük ücret bazı kendi ülke piyasaları kapsamında, yasal yapılarına ve iş modellerine uygun olarak ve özellikle vergi ve iş politikalarıyla şekillenmiştir."

Elsegood ayrıca üç büyük körfez taşıyıcısının üçünün 565 adet geniş gövde uçak siparişi verdiklerini vurgulayıp: "Tüm Kuzey Amerika'daki Amerikan taşıyıcılarının 300-310 geniş gövde uçak siparişi ve tüm Avrupa'da yaklaşık 420 civarında geniş gövde uçak siparişi verildiği görüldüğünde uluslararası uzun menzilli seyahatlerde Körfez taşıyıcılarının nasıl daha da önemli bir rol oynayacakları görülecektir."

<http://www.asianews.network/content/airlines-asia-flying-high-11501> (Erişim tarihi : 22.01.2016)

Körfez taşıyıcılarıyla alakalı bir diğerk dikkat çeken husus da, tecrübeli uluslararası ekiplerinin kıtalar arası uçuşlarda ne denli önemli görev üstlendiğidir.

Körfez taşıyıcılarının yasal yapılarına göre havayolu çalışanlarının vergiden muaf olmaları da körfez taşıyıcılarının gücünü daha da artıran etkenler arasındadır.

Seyahat edenler için havayollarının kendi içlerindeki rekabetinin temel anlamı bolca tercih imkanıdır. Birçok ücret tarifesi, uçuş tarifesi, bağlantılar, destinasyonlar ve uçak içi hizmetlerdir. Körfez hublarından modern uçaklarla non-stop Avrupa, Asya, Afrika, Avusturalya, Yeni Zelanda, Kuzey, Orta ve Güney Amerika'daki şehirlerin çoğuna uçabilmek mümkündür. Bu da körfezdeki yolcu potansiyelini artırıp olumlu etki eden bir faktördür.

Tabii ki; körfez taşıyıcısı Etihad, Emirates ve Katar Havayolları için de müşteri sadakat programlarının ayrı bir yeri ve önemi vardır.

Etihad Havayolları'nın sık uçan yolcular için tasarladığı müşteri sadakat programı *Etihad Guest* dört farklı üyelik statüsü ile müşteri sadakatine yönelik imkanlar sunmaktadır.



**Şekil 14: Etihad Guest Sadakat Programı**

Etihad'ın sık uçan yolcu programı olarak sunduğu Etihad Guest diğer programlardan işleyiş itibariyle çok da farklılık arz etmemektedir. Uçuşlarla, ödül kredi kartlarıyla yada program ortaklarının ürün ve hizmetlerinden satın alarak Guest Miller kazanılabilmektedir.

Bu kazanılan puanlar; bedava uçuşlar, uçaklarda daha iyi koltuk tercih edebilme, çekiliş biletler, fazla bagaj ve Guest Reward Mağazasında yer alan ödüllere alarak kullanılabilir.

Etihad Guest programının dört seviyesi bulunmaktadır ve seviye arttıkça üyelere sunulan imkanlar ve ödüller de daha da artmaktadır. Programın dört seviyesini aşağıdaki gibi ifade etmek mümkündür:

- Etihad Guest
- Etihad Guest Silver
- Etihad Guest Gold
- Etihad Guest Gold Elite

Yukarıda belirtilen seviyelere ulaşabilmek için gerekli olan puanların kazanılması gerekmektedir. Etihad ile gerçekleştirmiş olan uçuşlarda, uçuş yapılan sınıfa da bağlı olarak her mil için puan kazanıp üyelik seviyesini yükseltmek mümkündür.

*Etihad Guest* üyelik Etihad müşteri sadakat programlarından temel-giriş seviyesidir. Diğer sadakat programlarında olduğu gibi temel bazı faydaları beraberinde getirmektedir.

Örneğin; aile havuz hesabı şekliyle tüm aile bireylerinin millerini bağlayabilmeye, online ödül sitesine giriş imkanı ve üyelere seyahat önceliklerini kaydedebilme imkanı sağlamaktadır.

*Etihad Guest Silver* üyelik bir sonraki seviyedir ve 25.000 mil puana ulaşıldığında ya da Etihad uçuşlarında 20 segment uçuş gerçekleştirildiğinde elde edilmektedir.

Bu üyeliğin sağladığı avantajları şu şekilde sıralayabilmek mümkündür:

- Her uçuşta % 25 bonus Guest Mil kazanabilme,
- Yoğun olan uçuş hatlarında öncelikli bekleme listesi ile uçuş kaçırmama imkanı,
- 24 saat öncesinden rezervasyon yapıldığı takdirde yer garantili bir Economy Coral koltuk imkanı,
- Abu Dhabi'ye iç ve dış uçuşlarda Pearl Business class lounge giriş ya da Terminal 1'deki Al Reem Lounge'a giriş hakkı,
- Uçağın doluluğuna bakılmaksızın ekstra 10 kiloluk yük hakkı,
- Pearl Business ya da Diamond First Class seyahat edileceği zaman yolculuğun her aşamasında şoför hizmeti.

*Etihad Guest Gold* üyelik ise 50.000 mil puana ulaşıldığında ya da Etihad uçuşlarında 40 segment uçuş gerçekleştirildiğinde elde edilmektedir ve aşağıdaki belirtilen avantajlar üyelere sunulmaktadır:

- Her uçuşta % 50 bonus Guest Mil kazanabilme imkanı,
- Uçağın doluluğuna bakılmaksızın ekstra 15 kiloluk yük hakkı,
- Seyahat edilen sınıfa bakılmaksızın öncelikli check-in ve boarding fırsatı,
- Daha hızlı pasaport kontrol işlemi ve bavul dağıtımı.

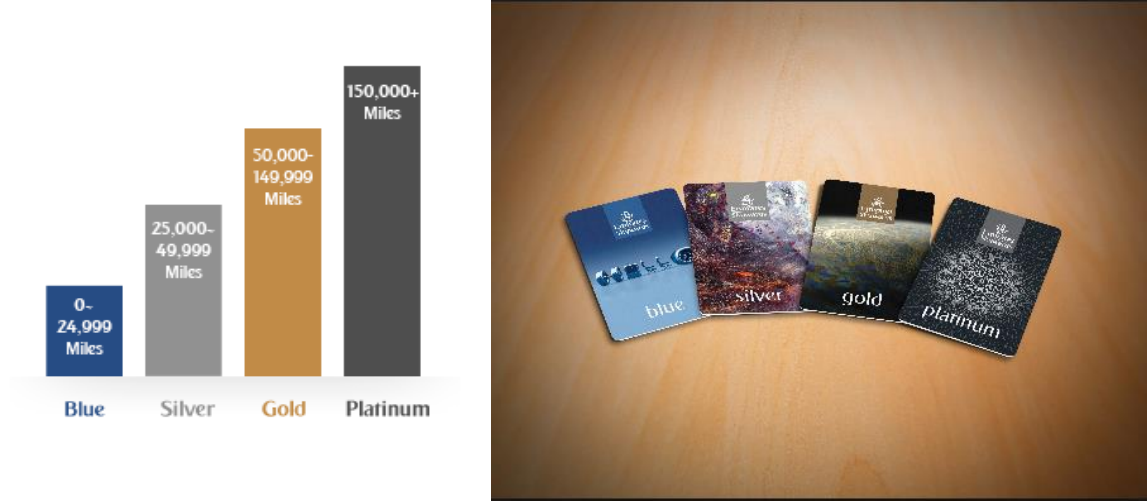
*Etihad Guest Gold Elite* üyelik ise 125.000 mil puana ulaşıldığında ya da Etihad uçuşlarında 60 segment uçuş gerçekleştirildiğinde elde edilmektedir ve Etihad sadakat programlarında en zirvede ve avantajlı olan üyelik türüdür. Bu üyelikle şu ayrıcalıklar elde edilebilmektedir:

- Her uçuşta % 75 bonus Guest Mil kazanabilme imkanı,
- Uçağın doluluğuna bakılmaksızın ekstra 20 kiloluk yük hakkı,

- 48 saat öncesinden rezervasyon yapıldığı takdirde yer garantili bir Pearl Business koltuk hakkı,
- 12 saat öncesinden rezervasyon yapıldığı takdirde yer garantili bir Coral Economy koltuk hakkı,
- Yolcunun ve yanında seyahat eden bir misafirin Abu Dhabi Uluslararası Havalimanında Diamond First Class Lounge'a giriş hakkı,
- Guest üye olan başka bir üyenin Gold üyelik avantajlarından faydalanmasına imkan sağlayabilme imkanı.

Emirates ise *Skywards* adlı müşteri sadakat programı ile sadık yolcularına farklı ayrıcalıklar sunmaktadır. Bu program kapsamında Emirates ile uçulan her mil için aşağıda belirtilen bazı ödül ve özel fırsatlar sunulmaktadır:

- Emirates ve diğer ortak havayollarında uçuşlarında bedava bilet hakkı ve upgrade imkanı,
- Otel, eğlence, yaşam merkezleri ve araç kiralama ile alakalı Emirates ortaklarında özel imkanlar,
- Öncelikli check-in, özel yolcu salonu geçiş hakkı ve öncelikli bagaj dağıtım imkanı,
- Online rezervasyonlarda Skywards üyeleri %150 oranına kadar ekstra mil imkanına sahip olabilmektedir.



**Şekil 15: Emirates Skywards Sadakat Programı**

Dört seviyeli olarak müşterilerine hizmet veren *Emirates Skywards* programında her seviyede farklı imkanlar sunulmaktadır.

Üye olunduktan sonra bir üst seviyeli üyeliğe geçebilmek için iki kolay yol bulunmaktadır: 1) Üyelik seviyesi için gerekli olan milleri toplamak 2) Bir üst seviye için Emirates uçuşlarında gerçekleştirilmesi gereken uçuş sayısına ulaşmak.

Her yeni seviye müşterilere değer olarak artan şekillerde fırsatlar sunmaktadır. Bir üst seviyeye geçildiğinde, o üyelik seviyesini sürdürebilmek için gerekli millerin toplanamaması yada gerekli sayıda uçuşun gerçekleştirilememesi durumunda bile üyeler 14 ay boyunca buldukları seviyedeki üyeliğin avantajlarından faydalanabilmeye devam etmektedir.

*Emirates Skywards Blue* üyelik seviyelerinin ilki olmakla beraber üyelerine aşağıda belirtilen imkanları sunarak, yeni üye olan müşterilerini sıcak bir hoşgeldinizle karşılamaya çalışmaktadır:

- Dubai'ye ücretsiz e-kapı giriş ve çıkış hakkı,
- Check-in sırasında millerle anında upgrade imkanı,

- Kişisel tercihler unutulmadan dikkate alınmaktadır,
- Kişisel seyahat koordinatörü imkanı sunulabilmektedir,
- Bekleme listesinde öncelik sağlanmaktadır,
- Hoşgeldiniz bonus milleri sunulmaktadır.

*Emirates Skywards Silver* üyelik için üyelerin 25.000 mil yada Emirates uçuşlarında 25 uçuş gerçekleştirmesi gerekmektedir. Bu üyeliğe ilişkin ayrıcalıklar *Blue* üyelikte sağlanan ayrıcalıklara ilaveten şu şekilde sunulmaktadır:

- Dubai'deki tüm Emirates Business Sınıf Yolcu Salonlarına giriş imkanı,
- Emirates ile gerçekleştirilen her uçuş için %25 bonus Skywards mil hakkı,
- Mil durumuna göre uçak içinde anında upgrade hakkı,
- Garantili ilave bagaj yükü hakkı,
- Öncelikli boarding ve check- in hakkı,

*Emirates Skywards Gold* üyelik seviyesine üyeler 50.000 mil yada 50 uçuş gerçekleştirdikleri zaman ulaşabilmektedirler. *Blue* ve *Silver* üyelerin elde ettikleri imkanların tamamına ilaveten *Gold* üyelere şu ayrıcalıklar sağlanmaktadır;

- Tüm Emirates ağında yolcu salonlarına giriş imkanı,
- Emirates ile gerçekleştirilen uçuşlarda % 50 bonus Skywards Mil hakkı,
- Tamamen dolu uçuşlarda bile yer garantili koltuk hakkı,
- Yanlarında yolculuk eden misafirler için yolcu salonlarına giriş imkanı,
- Bagaj dağıtımında öncelik hakkı.

Emirates müşteri sadakat programları arasında müşterilerine en geniş ayrıcalıklar sunan seviyesi *Emirates Skywards Platinum* programıdır. 150.000 yada daha fazla mil kazanılması sonrasında ulaşılan üyelik seviyesiyle Blue, Silver ve Gold seviyelerinin sağladığı imkanlara ilaveten şu ayrıcalıklar sağlanmaktadır;

- First Class check-in ve bagaj dağıtımı,
- Misafirlerle beraber Dubai ve tüm dünyadaki Emirates First Class Yolcu Salonlarına giriş hakkı,
- Emirates ile gerçekleştirilen uçuşlarda %75 bonus Skywards Mil hakkı,
- Eş ya da ortağına “Gold Partner Card” imkanının sağlanması,
- Dolu olan uçuşlarda bile yer garantili bir uçuş imkanı,
- Yoğun talebin olduğu uçuşlarda bile “Son Koltuk” Flex Plus ödül biletleri sunulmaktadır.

Planning Your Trip	Blue	Silver	Gold	Platinum
▶ Book Emirates rewards with Skywards Miles online (including flights and upgrades)	✓	✓	✓	✓
▶ Special member-only offers and travel packages by tier	✓	✓	✓	✓
▶ Earn Miles and book rewards with global partners	✓	✓	✓	✓
▶ Nominate a personal travel coordinator	✓	✓	✓	✓
▶ Personal preferences remembered	✓	✓	✓	✓
▶ Waitlist priority	✓	✓	✓	✓
▶ Bonus Skywards Miles when flying Emirates		✓	✓	✓
▶ Priority service through our Contact Centres			✓	✓
▶ Guaranteed seats, even on fully-booked flights			✓	✓
▶ ‘Last seat’ Flex Plus reward tickets				✓
▶ Gold Partner nomination				✓



At the Airport	Blue	Silver	Gold	Platinum
▶ Buy instant upgrades with Miles at check-in	✓	✓	✓	✓
▶ E-gate service in Dubai	✓	✓	✓	✓
▶ Priority check in and boarding		✓	✓	✓
▶ Excess baggage allowances		✓	✓	✓
▶ Lounge access in Dubai		✓	✓	✓
▶ Lounge access throughout the Emirates network			✓	✓
▶ Lounge access for guests			✓	✓
On board	Blue	Silver	Gold	Platinum
▶ Buy instant upgrades with Miles*		✓	✓	✓
At your destination	Blue	Silver	Gold	Platinum
▶ Special member offers available by tier	✓	✓	✓	✓
▶ Priority baggage delivery			✓	✓

**Tablo 3: Tüm Emirates Skywards Sadakat Programı Seviyeleri Ayrıcalıkları**

<http://www.emirates.com/us/english/skywards/about/skywards.aspx> (Erişim Tarihi: 21.02.2016)

Ayrıca müşteriler, Emirates-Qantas ortak uçuşlarında da Emirates Skywards ayrıcalıklarından faydalanabilmektedir.

Katar Havayollarının müşteri sadakat programı olan *Privilege Club*, havayolunun ifadesiyle “bizi seçtiğiniz için size teşekkür ederiz” mesajını vermeye yönelik, dört seviyeden oluşan bir sadakat programıdır. Diğer tüm havayollarının müşterilerine sundukları sadakat programlarında olduğu gibi *Privilege Club* programında da üyelik seviyesi arttıkça faydalanılan ayrıcalıklar da artmaktadır.

Üyelik seviyeleri arasında en başlangıç seviyesi olan *Burgundy* üyelikte şu imkanlar sağlanmaktadır:

- *Burgundy* üyeleri öncelikli bekleme listesi ve Privilege Club ayrıcalıklarından faydalanabilmektedir.
- Aile üyelik oranı kapsamında, her aile bireyinin gerçekleştireceği uçuş için % 25 bonus puan (Qmiles) kazanma imkanı,
- Ortak olunmayan havayolları ile yapılacak uçuşlarda her aile bireyi için % 100 bonus puan kazanma imkanı,
- Bekleme listesinde öncelik verilmesi (Katar Havayollarında tercih edilecek uçuşun dolu olması halinde bekleme listesinde öncelik sağlanmaktadır ve yer boşaldığında öncelik sağlanmaktadır.)
- Flexi Ödüller de, Katar Havayolları uçuşunda online hediye bilet alanması durumunda iki kat Qmiles millerle yoğun sezonlarda bile ödül bilet olarak sunulmaktadır.
- Katar Duty Free ve Oryx Galleria'da Qmiles millerle alışveriş yapabilme imkanı sağlanmaktadır.
- Privilege Club üye hizmet merkezi Doha Oryx Galleria'da kullanılacak olan ödül biletlerde % 5 indirim hakkı bulunmaktadır.
- Kişiyeye özel üyelik kartlarının ayrıcalıklarından faydalanılabilmektedir.

*Silver* üyelikte aralarında yolcu salonu kullanımı, business class check-in, ilave bagaj hakkı ve daha nice Privilege Club'a özel ayrıcalıklardan faydalanılabilmektedir. Bu ayrıcalıkları şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Katar Havayolları tarafından pazarlanan ve gerçekleştirilen uçuşlarda % 25 bonus Qmiles milleri kazanma imkanı verilmektedir.
- Aileye özel % 50 oranında mil bonusu her aile bireyinin gerçekleştireceği uçuşta sunulmaktadır.

- Aileye özel % 100 oranında mil bonusu her aile bireyinin Katar ortak havayollarının dışında gerçekleştireceği uçuşta sunulmaktadır.
- Doha'daki Hamad Uluslararası Havalimanında Al Safwa check-in kontuarında First Class işlemler için, business class için Al Mourjan check-in kontuarında, ekonomi sınıf işlemler için 3.sıradaki check-in kontuarları hizmet sağlanmaktadır. Diğer havalimanlarında seyahat edilecek sınıf ne olursa olsun business class check-in kontuarında işlem yapılmaktadır.
- Tercih edilen Katar Havayolları uçuşu doluyorsa, bekleme listesine alınıp, uygun koltuk imkanı söz konusu olduğunda öncelik verilmektedir.
- Katar Havayollarının pazarladığı ve gerçekleştireceği uçuşlarda ilave olarak 10 kg bagaj hakkı verilmektedir.
- Seyahat edilen sınıf ne olursa olsun, Doha'da ve diğer seçili havalimanlarında business class yolcu salonlarından faydalanabilme ayrıcalığı sunulmaktadır.
- Hamad Uluslararası Havalimanında ücretsiz olarak "bir defalık" misafir yolcu salonu geçiş pası sağlanmaktadır. Yılda iki kez Doha'daki yolcu salonuna iki misafir geçirebilme hakkı verilmektedir.
- Elverişli olan yerlerde öncelikli boarding imkanı sağlanmaktadır.
- Flexi Ödüllerde, Katar Havayolları uçuşunda online hediye bilet alanması durumunda iki kat Qmiles millerle yoğun sezonlarda bile ödül bilet olarak sunulmaktadır.
- Üyelerin seyahat programlamalarını daha rahat yapabilmeleri için, onların adına hesaplarını yönetecek ve Katar Havayollarıyla irtibat halinde olacak ikiye kadar seyahat koordinatörü imkanı sağlanmaktadır.
- Katar Duty Free ve Oryx Galleria'da Qmiles millerle alışveriş yapabilme imkanı sağlanmaktadır.

- Uçuştan 72 saat önce talep edilmesi durumunda ekonomi sınıfın önlerinden koltuk seçebilme hakkı verilmektedir.
- Kişisel üyelik kartları ile üyelik imkanlarından daha rahat faydalanılabilmektedir.
- Kişiyeye özel bagaj etiketi üyelerin bagajlarının tanınması sağlamaktadır.

*Gold* üyelikte aralarında yolcu salonu kullanımı, First class check-in, ilave bagaj hakkı ve daha nice Privilege Club'a özel ayrıcalıklardan faydalanılabilmektedir. Bu ayrıcalıkları şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Katar Havayolları tarafından pazarlanan ve gerçekleştirilen uçuşlarda % 75 bonus Qmiles milleri kazanma imkanı verilmektedir.
- Aileye özel % 100 oranında mil bonusu her aile bireyinin gerçekleştireceği uçuşta sunulmaktadır.
- Aileye özel % 100 oranında mil bonusu her aile bireyinin Katar ortak havayollarının dışında gerçekleştireceği uçuşta sunulmaktadır.
- Doha'daki Hamad Uluslararası Havalimanında Al Safwa check-in kontuarında First Class işlemler için, business class için Al Mourjan check-in kontuarında, ekonomi sınıf işlemler için 3.sıradaki check-in kontuarları hizmet sağlanmaktadır. Diğer havalimanlarında seyahat edilecek sınıf ne olursa olsun business class check-in kontuarında işlem yapılmaktadır.
- İlave bagaj ya da upgrade işlemlerinde kullanılmak üzere 40 Qcredit sağlanmaktadır.
- Tercih edilen Katar Havayolları uçuşu doluyorsa, bekleme listesine alınıp, uygun koltuk imkanı söz konusu olduğunda öncelik verilmektedir.

- Katar Havayollarının pazarladığı ve gerçekleştireceği uçuşlarda ilave olarak 15 kg bagaj hakkı verilmektedir.
- Seyahat edilen sınıf ne olursa olsun, Doha’da ve diğer seçili havalimanlarında business class yolcu salonlarından faydalanabilme ayrıcalığı sunulmaktadır.
- Hamad Uluslararası Havalimanında ücretsiz olarak “bir defalık” misafir yolcu salonu geçiş pası sağlanmaktadır. Yılda dört kez Doha’daki yolcu salonuna misafir geçirebilme hakkı verilmektedir.
- Elverişli olan yerlerde öncelikli boarding imkanı sağlanmaktadır.
- Hamad Uluslararası Havalimanında varış, transfer ve gidiş sırasında Al Maha “meet and greet” (buluş ve selamla) hizmeti verilmektedir. Üyenin yanında seyahat eden üye olmayan bir kişi daha bu hizmetten faydalanabilir.
- Tüm online mil kullanımlarında % 5 indirim sağlanmaktadır.
- Ödül bileti daha iyi ödül koltuk alabilmek için kullanım imkanı sağlanmaktadır.
- Flexi Ödüllerde, Katar Havayolları uçuşunda online hediye bilet alanması durumunda iki kat Qmiles millerle yoğun sezonlarda bile ödül bilet olarak sunulmaktadır.
- Üyelerin seyahat programlamalarını daha rahat yapabilmeleri için, onların adına hesaplarını yönetecek ve Katar Havayollarıyla irtibat halinde olacak ikiye kadar seyahat koordinatörü imkanı sağlanmaktadır.
- Katar Duty Free ve Oryx Galleria’da Qmiles millerle alışveriş yapabilme imkanı sağlanmaktadır.
- Doha’da Privilege Club üyelik servis merkezi Oryx Galleria’da Katar Havayolları ödül biletlerini % 5 daha indirimli temin edebilme hakkı verilmektedir.
- Katar Duty Free ve Oryx Galleria’da ayrıcalıklı mil kullanım oranları sağlanmaktadır.

- Uçakta tüm seyahat sınıflarında yer doluyken ekonomi sınıfta yer garantili uçuş imkanı sağlanmaktadır.
- Uçuş saatinden 72 saat önce işlem yapıldığında ekonomi sınıfın ön kısımlarından yer seçebilme hakkı verilmektedir.
- Kişisel üyelik kartları ile üyelik imkanlarından daha rahat faydalanılabilmektedir.
- Kişiseye özel bagaj etiketi üyelerin bagajlarının tanınması sağlamaktadır.
- Bagaj dağıtımında bagajını ilk alacak kişiler arasında olma imkanı sağlanmaktadır.
- Katar, Birleşik Arap Emirlikleri, Kuveyt, Bahreyn yada Umman'daki Katar Havayolları tatil ofislerinde her tatil paketi için % 5 indirim hakkı verilmektedir.

*Platinum* üyelikte Katar Havayolları ile yolculuk yapılmasında daha geniş kapsamlı ayrıcalıklar sunulmaktadır.

Aralarında yolcu salonu kullanımı, first class check-in, ilave bagaj hakkı ve daha nice Privilege Club'a özel ayrıcalıklardan faydalanılabilmektedir. Bu ayrıcalıkları şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Katar Havayolları tarafından pazarlanan ve gerçekleştirilen uçuşlarda % 100 bonus Qmiles milleri kazanma imkanı verilmektedir.
- Aileye özel % 100 oranında mil bonusu her aile bireyinin gerçekleştireceği uçuşta sunulmaktadır.
- Aileye özel % 100 oranında mil bonusu her aile bireyinin Katar ortak havayollarının dışında gerçekleştireceği uçuşta sunulmaktadır.
- Platinum üye olarak kalındığı müddetçe hiçbir milin geçerlilik süresinde dolma gibi bir durum söz konusu olmamaktadır.

- Doha'daki Hamad Uluslararası Havalimanında Al Safwa check-in kontuarında First Class işlemler için, business class için Al Mourjan check-in kontuarında, ekonomi sınıf işlemler için 3. sıradaki check-in kontuarları hizmet sağlanmaktadır.  
Diğer havalimanlarında seyahat edilecek sınıf ne olursa olsun, business class check-in kontuarında işlem yapılmaktadır.
- İlave bagaj ya da upgrade işlemlerinde kullanılmak üzere 60 Qcredit sağlanmaktadır.
- Tercih edilen Katar Havayolları uçuşu doluyorsa, bekleme listesine alınıp, uygun koltuk imkanı söz konusu olduğunda öncelik verilmektedir.
- Katar Havayollarının pazarladığı ve gerçekleştireceği uçuşlarda ilave olarak 20 kg bagaj hakkı verilmektedir.
- Seyahat edilen sınıf ne olursa olsun, Doha'da ve diğer seçili havalimanlarında business class yolcu salonlarından faydalanabilme ayrıcalığı sunulmaktadır ayrıca ilaveten iki misafir de aynı imkandan faydalanabilmektedir.
- Hamad Uluslararası Havalimanında ücretsiz olarak "bir defalık" misafir yolcu salonu geçiş pası sağlanmaktadır. Yılda beş kez Doha'daki yolcu salonuna misafir geçirebilme hakkı verilmektedir.
- Elverişli olan yerlerde öncelikli boarding imkanı sağlanmaktadır.
- Hamad Uluslararası Havalimanında varış, transfer ve gidiş sırasında Al Maha "meet and greet" (buluş ve selamla) hizmeti verilmektedir. Üyenin yanında seyahat eden üye olmayan bir kişi daha bu hizmetten faydalanabilir.
- Tüm online mil kullanımlarında % 5 indirim sağlanmaktadır.
- Ödül bileti daha iyi ödül koltuk alabilmek için kullanım imkanı sağlanmaktadır.
- Flexi Ödüllerde, Katar Havayolları uçuşunda online hediye bilet alanması durumunda iki kat Qmiles millerle yoğun sezonlarda bile ödül bilet olarak sunulmaktadır.

- Üyelerin seyahat programlamalarını daha rahat yapabilmeleri için, onların adına hesaplarını yönetecek ve Katar Havayollarıyla irtibat halinde olacak ikiye kadar seyahat koordinatörü imkanı sağlanmaktadır.
- Katar Duty Free ve Oryx Galleria'da Qmiles millerle alışveriş yapabilme imkanı sağlanmaktadır.
- Doha'da Privilege Club üyelik servis merkezi Oryx Galleria'da Katar Havayolları ödül biletlerini % 5 daha indirimli temin edebilme hakkı verilmektedir.
- Katar Duty Free ve Oryx Galleria'da ayrıcalıklı mil kullanım oranları sağlanmaktadır.
- Uçakta tüm seyahat sınıflarında yer doluyken ekonomi sınıfta yer garantili uçuş imkanı sağlanmaktadır.
- Uçuş saatinden 72 saat önce işleme yapıldığında ekonomi sınıfın ön kısımlarından yer seçebilme hakkı verilmektedir.
- Kişisel üyelik kartları ile üyelik imkanlarından daha rahat faydalanılabilmektedir.
- Kişiseye özel bagaj etiketi üyelerin bagajlarının tanınması sağlamaktadır.
- Bagaj dağıtımında bagajını ilk alacak kişiler arasında olma imkanı sağlanmaktadır.
- Katar, Birleşik Arap Emirlikleri, Kuveyt, Bahreyn yada Umman'daki Katar Havayolları tatil ofislerinde her tatil paketi için % 5 indirim hakkı verilmektedir.
- Katar Duty Free'de seçili ürün ve mağazalarda % 10 indirim imkanı sağlanmaktadır. bu indirim promosyon yada diğer herhangi bir ödeme şekli ile bağlantılı olmayan nakit ya da kredi kartı ile yapılacak ödemeler için geçerlidir.
- Privilege Club yada Katar Havayolları ile alakalı her türlü irtibat ve işlem için "öncelikli hizmet" imkanı sağlanmaktadır.

Yukarıda belirtilen seviyelerde üyelik elde edebilmek için her seviye için toplanılması gereken *Qpoints* denilen puanlar bulunmaktadır. Bu puanların uçuşlara göre hesaplanmasına yönelik olarak da *Qcalculator* denilen bir program kullanılmaktadır.



Privilege Club seviyelerine göre en düşük seviye olan *Burgundy* seviyesi için alınması zorunlu olan puan sayısı bulunmamaktadır.

*Silver* seviyesine yükselmek için 150 Qpoints, *Gold* seviyesine yükselmek için 300 Qpoints, *Platinum* üyelik seviyesine yükselmek için 600 Qpoints gerekmektedir.

[http://www.qatarairways.com/PrivilegeClub/member\\_benefits.page](http://www.qatarairways.com/PrivilegeClub/member_benefits.page) (Erişim Tarihi: 23.03.2016)

## **2.5. Üç Büyük Havacılık İttifakında Müşteri Sadakat Programları**

Çalışmanın farklı yerlerinde ifade edildiği gibi hali hazırda dünya üzerinde havayollarının oluşturmuş oldukları üç büyük ittifak bulunmaktadır. Dünyanın dört bir yanında geniş bir yelpazede birbirlerinin yolcu potansiyellerinden de faydalanmak üzere ittifakları oluşturan havayollarının yolcu cezbedebilme ve marka sadakati oluşturabilme adına kullandıkları müşteri sadakat programları mevcuttur.

Üç büyük havacılık ittifakından birisi olan Star Alliance'da yer alan üye havayollarında da farklı müşteri sadakat programları yer almaktadır.

Çalışmanın bu kısmında üç büyük havacılık ittifakındaki üyelerin kullanmakta oldukları sadakat programları havayollarına göre tek tek ele alınacaktır.

### **2.5.1. Star Alliance Üyesi Havayollarının Kullandıkları Müşteri Sadakat Programları**

#### **Adria Havayolları:**

Sık uçan yolcular için iki sadakat programı kullanan Adria Havayolları, bireysel müşteriler için Lufthansa menşeli bir program olan Miles & More müşteri sadakat programını kullanarak, bu program vesilesiyle müşterilerine uçuş ayrıcalıkları, otel konaklama, araba kiralama, bankacılık işlemleri ve diğer bazı ilgi çekici ödüller sunmaktadır.

Programın temel hedeflerinden biri bireysel olarak sık uçan yolcuların ödüllendirilmesidir. Bu ödüller sadece uçuşla alakalı değil, Miles & More ortaklarıyla seyahatle ilgili aktiviteleri de ihtiva etmektedir.

Adria Havayolları tarifeli uçuşlarında ve Star Alliance üyesi ve diğer ortak havayolları ile gerçekleşecek uçuşlarda ekstra mil kazanma imkanı müşterilere sunulmaktadır.

Programa kaydolan yolcuya geçici süreli kağıt üyelik kartı verilmektedir. Yolcunun ilk millerini kazanması ile birlikte tam üyeliği gerçekleşmektedir ve PIN kodlu ve daimi blue üyelik kartı kendisine gönderilmektedir. Hesap bilgilerini inceleyebilmek ve üyelik ayrıcalıklarından faydalanabilmek için müşteri, üyelik ve PIN bilgilerini kullanmaktadır.

Gerçekleştirilen uçuşta ödenen ücret sınıfına da bağlı olarak Miles & More üyeleri Adria Havayolları uçuşlarında 125 ile 2000 mil kazanmaktadır. Kazalınan miller aynı zamanda statü milleri olarak sayılmakta ve daha üst üyelik statülerine geçebilmek için ve kullanılabilir. Millerin ortalama geçerlilik süresi 36 aydır.

Miles & More programı kapsamında dört seviyede üyelik bulunmaktadır.

Temel ve başlangıç seviyesi olan *Miles & More* üyeliği bir mil kazanılması ile başlamaktadır. Millerin ortalama geçerlilik süresi 36 aydır.

Bir üst üyelik seviyesi olan *Frequent Traveller* üyeliği için bir takvim yılı içerisinde 35.000 statü mili ya da 30 tane tarifeli uçuş gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu üyelik sınıfında millerin sona erme süresi yoktur.

% 25 daha fazla ödül, statü ya da *HON Circle* mil kazanma imkanı sağlanmaktadır. Uçuşun dolu olması durumunda, üçüncü en yüksek derecede bekleme listesinde öncelik sağlanmaktadır ve Miles & More havayolu ortakları ile check-in işlemi business kontuarda gerçekleştirilebilmektedir.

Bu üyelik seviyesinde 40 kg yük hakkı sağlanmaktadır ve ekonomi sınıfta gerçekleşecek uçuşlar için ortalama bir adet, Premium ekonomi ve business sınıfta toplam iki adet ve first classta üç adet ilave bagaj hakkı verilmektedir. Uçuşlarda business yolcu salonunu kullanma imkanı da bu üyelik seviyesinin sağladığı avantajlar arasındadır.

*Senator* üyelik seviyesinde ise, söz konusu üyelik seviyesine yükselebilmek için bir takvim yılı içinde gerçekleştirilecek uçuşlarla 100.000 statü mil kazanmak gerekmektedir. Kazanılan millerin bitiş süresi bulunmamaktadır. % 25 daha fazla ödül, statü ya da *HON Circle* mil kazanma imkanı sağlanmaktadır. Statü kazanılması ve her statü uzatılmasında 2 adet elektronik kupon sağlanır.

Kalkıştan 48 saat öncesine kadar business, premium ekonomi ve ekonomi sınıftaki rezervasyonlarda en yüksek rezervasyon sınıfları sağlanmaktadır. Uçuşun dolu olması durumunda, ikinci en yüksek derecede bekleme listesinde öncelik sağlanmaktadır ve Miles & More havayolu ortakları ile check-in işlemi First class ve Premium olarak gerçekleştirilebilmektedir.

Bu üyelik seviyesinde ilave olarak 20 kg yük hakkı verilmektedir. Ekonomi sınıfta gerçekleşecek uçuşlar için ortalama iki adet veya Avrupa'daki belli başlı bazı destinasyonlarda üç adet, Premium ekonomi ve business sınıfta toplam üç adet ve first classta dört adet ilave bagaj hakkı verilmektedir.

Bu üyelik seviyesinde ayrıca Senator ve Star Gold yolcu salonlarından faydalanabilme imkanı da verilmektedir. Senator Premium Award şeklinde geliştirilmiş uçuş ödül rezervasyon imkanı da sunulmaktadır.

Üyelik seviyeleri arasında en ayrıcalıklı ve en üst seviye olan *Hon Circle Member*, birbirini izleyen iki takvim yılı içinde 600.000 *Hon Circle* mil kazanıldığında erişilebilen bir üyelik seviyesidir.

Millerin geçerlilik bitiş süresi yoktur. % 25 daha fazla ödül, statü ya da *HON Circle* mil kazanma imkanı sağlanmaktadır. Statü kazanılması ve her statü uzatılmasında 6 adet elektronik kupon sağlanır. Kalkıştan 24 saat öncesine kadar Business, Premium Ekonomi ve Ekonomi sınıftaki rezervasyonlarda en yüksek rezervasyon sınıfları sağlanmaktadır. Uçuşun dolu olması durumunda, en yüksek derecede bekleme listesinde öncelik sağlanmaktadır ve check-in işlemi Frankfurt'taki First Class Terminalinde (Air Dolomiti, Austrian Airlines Group, Lufthansa, SWISS havayolları için) ve Premium check-inde yapılmaktadır.

Bu üyelik seviyesinde ilave olarak 20 kg yük hakkı verilmektedir. Ekonomi sınıfta gerçekleşecek uçuşlar için ortalama iki adet veya Avrupa'daki belli başlı bazı destinasyonlarda üç adet, Premium ekonomi ve business sınıfta toplam üç adet ve first classta dört adet ilave bagaj hakkı verilmektedir.

Bu seviyedeki müşteriler, Frankfurt'taki First Class Terminalinde Lufthansa First Class, SWISS First ve Austrian HON Circle Lounge hizmetlerinden faydalanabilmektedir.

Air Dolomiti, Austrian Airlines Group, Lufthansa ve SWISS ile gerçekleştirilecek olan uçuşlarda seyahat sınıfı ne olursa olsun First Class Terminale giriş hakkı verilmektedir.

Dünya genelindeki Frankfurt ve Lufthansa kıtalararası istasyonda kişisel yardım imkanı da sağlanmaktadır.

Bu seviyede müşteri sadakat programında sağlanan ayrıcalıklardan bir diğeri de ekonomi ve business sınıfta uçakta yer olması durumunda, uçuştan 14 gün önce ilave üç kişi de olacak şekilde uçuş ödülü sağlanmaktadır.

Adria Havayollarının kurumsal müşterilerine sunduğu sadakat programı ise Adria Corporate Card'tır.



**Şekil 16: Adria Corporate Club Card**

İş ve devlet kurumları ile kurumsal sadakat programı kapsamında da Adria Havayolları birtakım imkanlar ve ayrıcalıklar sunmaktadır.

Bunlar arasında da ücretsiz ödül bilet, ilave bagaj hakkı ve upgrade imkanı gibi birtakım fırsatlar yer almaktadır.

Üye olan kurumun çalışanlarının uçuşlardan elde ettikleri her bir mil söz konusu kurum tarafından aşağıda belirtilen ödüllerle alakalı kullanılabilir:

- Ücretsiz biletten faydalanılabilir.

- Kazanılan her 9000 puanın kullanımıyla ekonomi sınıftan alınmış bir bilet upgrade edilerek business sınıfta seyahat edilebilir.
- 15000 puanın kullanılmasıyla 23 kg'a kadar ilave bir bagaj hakkı verilebilmektedir.

### **Aegean Havayolları:**

Star Alliance üyesi bir havayolu olarak Aegean Havayolları müşterilerine Miles + Bonus Sadakat Programı kapsamında bir takım ayrıcalıklar ve fırsatlar sunmaktadır.

Aegean yada Star Alliance üyesi herhangi bir havayolu ile yapılan uçuşlar bu program kapsamında müşterilere mil kazandırmaktadır ve bu vesile ile de cazip hizmet ve ürünler seviyelerine göre daha da artış göstererek müşterilere sunulmaktadır.

Miles + Bonus üyelik programının başlangıç seviyesindeki üyeliği *Blue*'dur. "Happy Miles-Mutlu Miller" konsepti çerçevesinde miller ve program ayrıcalıkları söz konusu olmaktadır.

Havayolunun networkundan faydalanmaya başlanıp, müşterilere ayrıcalıklar sunulmaya başlanılan bu üyelik seviyesinde Aegean, Olympic Air veya herhangi bir Star Alliance üyesi havayolu ile gerçekleştirilecek ilk uçuş sonrasında plastik üyelik kartı müşterilere gönderilmektedir.



**Şekil 17: Miles + Bonus Sadakat Programı Seviyeleri**

Aegean yada Olympic Air uçuşlarında mil kazanıp, mil harcayabilme fırsatı verilmektedir.

Ayrıca müşteriler 25 Euroya 1000 mil satın alabilmektedir. Üyelik yılı içinde toplam satın alınabilecek ödül mil 50.000 mil olabilmektedir.

Uçuşla alakalı ödüllerin haricinde sayıları günden güne artan havacılık dışında yer alan ortak kuruluşlarda da kazanılan millerin kullanılabilmesi söz konusudur.

*Blue* üyeliğin bir üst seviyesinde *Silver* üyelik yer almaktadır. “Together-Birlikte” konseptiyle geniş bir yelpazede müşterilerine ayrıcalıklar sunan *Silver* üyelik Star Alliance genel müşteri sadakat programları seviyeleri kurgusunda *Star Alliance Silver* seviyesine denk gelmektedir. Star Alliance global networkunda bu çerçevede genişletilmiş bir takım ayrıcalıklar bu üyelik seviyesinde sağlanmaktadır.

*Silver* üyelik seviyesine ulaşmak için Aegean yada Olympic Air ile 12 ay içinde en az iki kez uçarak 12.000 statü mili kazanmak yada müşterilerin seçtikleri herhangi bir havayolu ile 12 ay içerisinde toplam 24.000 mil toplanılması gerekmektedir.

*Silver* üyelik seviyesine ulaşmak veya o seviyedeki üyeliğin yenilenmesi için 12 aylık süre içerisinde iki adet Aegean ve/veya Olympic Air uçuşun gerçekleşmesi ve 8.000 statü milinin toplanması yada hangi havayoluyla sehayat tercih edilirse toplamda 16.000 statü mili kazanılması gerekmektedir.

Üyelik yılı içinde birbirini takip eden 12 ay süresinde toplam 1000 statü miline kadar mil satın alınabilmektedir. Statü milleri 500’erli setler halinde 25 euroya satılmaktadır.

Ödül millerin satın alınmasında ise; 1000’li setler halinde 25 euroya satılmaktadır ve üyelik yılı içinde 50.000 ödül miline kadar mil satın alınabilmektedir.

Bu üyelik seviyesi ile %10 ekstra ödül mil kazanılmaktadır. Aegean ve Olympic Air ile gerçekleştirilen her uçuşta %10 ekstra ödül mil elde edilmektedir.

Uçuşlardan 24 saat öncesine kadar, hangi kabinde seyahat edildiği önem taşımaksızın ücretsiz koltuk seçebilme hakkı da *Silver* üyelik kapsamında sağlanmaktadır.

Miles+Bonus online hesabına erişen müşteri, “My coupons” seçeneğine tıkladıktan sonra iki kuponluk ücretsiz upgrade hakkını Aegean ve Olympic Air uçuşlarında elde edebilmektedir. Koltuk upgrade imkanı sadece müşterinin kendisi Aegean Rezervasyonlar Bölümü aracılığı işlem yaptığı zaman söz konusudur. Ancak müşterinin seçeceği herhangi bir üçüncü şahıs adına da yapılabilmektedir.

Tüm Aegean Club Yolcu Salonlarına giriş imkanı da bu üyelikte sağlanmaktadır. Sadakat programı kapsamındaki yolcunun yanısıra yanındaki bir diğer misafiri de, Aegean, Olympic ya da Star Alliance üyesi herhangi bir havayolu üyesi ile yapacakları uçuşlarda Atina, Selanik ve Larnaka’daki Aegean Club Lounge’dan faydalanabilmektedir. (Online hesabından, yolcu toplam 4 adet yolcu salonuna giriş kuponu alabilmektedir.)

Kişiye özel bagaj etiketi de bagajın bantlardan dağıtımı sırasında kolaylıkla tanınabilmesine imkan sağlamaktadır.

“Together” konsepti kapsamında aktif hale getirilecek hesapla, altı kişiye kadar ortak bir hesapla mil kazanılıp, bireysel olarak kazanılan millerin de ortak hesap üzerinden kullanılabilmesinin avantajlarından faydalanılabilmektedir.

Aegean ve Olympic Air uçuşlarının özel bazı uçuşları için daha az mil harcayarak faydalanabilme imkanı sağlanmaktadır.

Herhangi bir Star Alliance üyesi ile seyahat edildiğinde statü ve ödül mil kazabilme ve harcayabilme imkanı sağlanmaktadır.



Tercih edilen uçuşta yer olmaması durumunda bekleme listesinde öncelik sağlanmaktadır.

Öncelikli havaalanı bekleme sırası avantajıyla ise; sehayat planı değiştiğinde uçuşlar da doluyorsa, Star Alliance Silver statü havaalanında uçuş beklerken daha yüksek öncelik verilmesi sağlanmaktadır. Havayolu olmayan ortak kurumlardan yapılacak alışveriş de ilave mil kazanılabilmekte ve özel indirim imkanı sunulmaktadır.

*Gold* üyelik ise; elde edilebilecek en üst üyelik seviyesi olduğu için sunulan fırsatlar ve sağlanan ayrıcalıklar da en üst seviyededir. Star Alliance Gold statüsü seviyesinde olup, Star Alliance networkundaki ayrıcalıklardan da faydalanılabilmektedir.

*Silver* üyelik seviyesinde *Gold* seviyeye yükselmek için Aegean yada Olympic Air ile 12 ay içinde en az dört kez uçup, 24.000 statü mili kazanmak ya da tercihe göre diğer havayollarıyla yapılan uçuşlardan 48.000 statü mili kazanmak gerekmektedir.

*Gold* seviyede kalabilmek için bu seviyeye ulaşılan tarihten ya da yenileme tarihinden itibaren 12 ay içinde Aegean yada Olympic Air ile en az dört kez uçup, 12.000 statü mili kazanmak ya da tercihe göre diğer havayollarıyla yapılan uçuşlardan 24.000 statü mili kazanmak gerekmektedir.

Bu üyelik kapsamında şu ayrıcalıklar sağlanmaktadır:

Hem Aegean ve Olympic Air uçuşlarında, hem de tüm Star Alliance ağındaki diğer havayolları ile yapılan uçuşlarda mil kazanıp, mil harcanabilmektedir.

Üyeliğin devam edilebilmesi için bir üyelik yılı içinde birbirini takip eden 12 ay süresinde toplam 2000 statü miline kadar mil satın alınabilmektedir. Statü milleri 500'erli setler halinde 25 euroya satılmaktadır.

Ödül miller ise; 1000'li setler halinde 25 euroya satılmaktadır ve üyelik yılı içinde 50.000 ödül miline kadar mil satın alınabilmektedir.

Bu üyelik seviyesi ile %20 ekstra ödül mil kazanılmaktadır. Aegean ve Olympic Air ile gerçekleştirilen her uçuşta %20 ekstra ödül mil elde edilmektedir.

24 saat öncesine kadar olacak şekilde Aegean ve Olympic Air uçuşlarında ücretsiz koltuk seçimi imkanı sağlanmaktadır. Uçuştan 48 saat önce rezervasyon yapılmak şartıyla yer garantili ekonomi veya business class koltuk Aegean ve Olympic Air uçuşları için söz konusudur.

Online müşteri hesaplarına giren *Gold* üye yolcular “My coupons” seçeneğine girip dört adet Aegean ve Olympic Air uçuşlarında kullanılmak üzere upgrade hakkına sahiptir. Koltuğun upgrade edilebilmesi sadece hak sahibi kişinin şahsen ve uçuş saatinden iki saat öncesine kadar işlem yapması koşuluyla gerçekleşebilmektedir. Ayrıca hak sahibi müşterinin seçeceği üçüncü şahıslar da bu haktan faydalanabilmektedir.

Aegean, Olympic ya da Star Alliance üyesi herhangi bir havayolu üyesi ile yapacakları uçuşlarda Atina, Selanik ve Larnaka’daki Aegean Club Lounge’dan faydalanabilmektedir. (Online hesabından, yolcu toplam 4 adet yolcu salonuna giriş kuponu alabilmektedir.)

Kişiye özel bagaj etiketi de bagajın bantlardan dağıtımı sırasında kolaylıkla tanınabilmesine imkan sağlamaktadır. Ayrıca Aegean yada Olympic Air ile yapılan uçuşlarda bilet sınıfının elverdiği ölçülerde ilave bir adet ücretsiz bagaj hakkı verilmektedir.

Avrupa’nın birçok havaalanında biniş kapısına güvenlik ve pasaport kontrolden hızlı geçecek şekilde geçiş imkanı sağlanmaktadır. Atina Uluslararası Havalimanında 24 saate kadar ücretsiz araç park edebilme imkanı ve vale servisi sağlanmaktadır.

“Together” konsepti kapsamında aktif hale getirilecek hesapla, altı kişiye kadar ortak bir hesapla mil kazanılıp, bireysel olarak kazanılan millerin de ortak hesap üzerinden kullanılabilmesinin avantajlarından faydalanılabilmektedir.

Aegean ve Olympic Air uçuşlarının özel bazı uçuşları için daha az mil harcayarak faydalanabilme imkanı sağlanmaktadır.

Herhangi bir Star Alliance üyesi ile seyahat edildiğinde statü ve ödül mil kazanabilme ve harcayabilme imkanı sağlanmaktadır.

Tercih edilen uçuşta yer olmaması durumunda bekleme listesinde öncelik sağlanmaktadır.

Öncelikli havaalanı bekleme sırası avantajıyla ise; seyahat planı değiştiğinde uçuşlar da doluyorsa, Star Alliance Gold statü havaalanında uçuş beklerken daha yüksek öncelik verilmesi sağlanmaktadır. Havayolu olmayan ortak kurumlardan yapılacak alışverişte ilave mil kazanılabilmekte ve özel indirim imkanı sunulmaktadır.

Seyahat edilen uçuş sınıfı fark etmeksizin Star Alliance üyesi herhangi bir havayolu ile gerçekleştirilecek uçuşlarda dünya üzerinde binden fazla havalimanı yolcu salonundan faydalanabilme imkanı verilmektedir.

Uçuş öncesi öncelikli check-in, güvenlik ve pasaport kontrolü ve boarding imkanı sağlanmaktadır. Ayrıca bu üyelik statüsündeki kişilerin bagajları da öncelikli dağıtılan bagajlar arasında yer almaktadır.

Havayollarının dışındaki ortak firmalarla yapılan alışverişler ve alınan hizmetlerle de mil kazanabilme imkanı sağlanmaktadır.

## Tier benefits

Benefits	Blue	Silver	Gold
Miles accrual: Aegean, Olympic Air, Star Alliance, non-air partners	✓	✓	✓
Miles redemption: Aegean, Olympic Air, Star Alliance, non-air partners	✓	✓	✓
Tier Miles purchase		✓	✓
Award Miles purchase	✓	✓	✓
Extra Award Miles on Aegean & Olympic Air flights		10%	20%
Seat allocation on Aegean & Olympic Air flights		✓	✓
Guaranteed booking on Aegean & Olympic Air flights			✓
Seat upgrade on Aegean & Olympic Air flights *		2	4
1 extra piece of baggage on Aegean & Olympic Air flights			✓

Access to all Aegean Club Lounges *		4	✓
Extra baggage allowance on Star Alliance member airlines			✓
Access to Passport and Security Control Fast Track (where available)			✓
Personalized luggage tag		✓	✓
Free parking at Athens International Airport *			2
Valet parking at Athens International Airport *			1
Together		✓	✓
Happy Miles	✓	✓	✓
Privileges and offers from our partners	✓	✓	✓
Consistent recognition of your status throughout the entire Star Alliance network		✓	✓
Priority reservations Waitlist on any Star Alliance member airline		✓	✓

Priority airport standby on Star Alliance member airlines		✓	✓
Access to more than 1.000 Star Alliance Lounges worldwide			✓
Priority check-in on any Star Alliance member airline			✓
Priority boarding on any Star Alliance member airline			✓
Priority baggage handling on any Star Alliance member airline			✓

\* This benefit is provided on a coupon basis upon upgrade or tier renewal and can be used within the period that the tier is valid.

### Tablo 4: Aegean Sadakat Program Seviyeleri ve Avantajları

<https://en.aegeanair.com/milesandbonus/about-the-program/> (Erişim Tarihi: 02.03.2016)

## **Air Canada:**

Aeroplan Miles Programı merkezi Kanada'da bulunan Air Canada'nın, kendi yolcularına ve Star Alliance üyesi havayolları yolcularına farklı seviye ve içeriklerde, 150 civarında perakende, finans ve seyahat ortağı ile ödülleri ve ayrıcalıklar sunduğu sadakat programıdır.

Bu program kapsamında yolcular, Air Canada ve onun iştirakleri olan Air Canada Express, Air Canada rouge ve diğer Star Alliance üyesi havayolları uçuşlarında mil kazanıp ücretsiz bilet, upgrade, uçuşla alakalı ve uçuşun dışında bir takım ayrıcalıklar ve fırsatlardan faydalanabilme imkanını elde etmektedir.

Yüzlerce farklı Aeroplan ödülleri sunulan programda dünya üzerinde 1000'den fazla noktada havalimanı, seyahat paketleri ve bunun gibi daha birçok imkan sağlanmaktadır.

Aeroplan üyelik statülerinde, aynı takvim yılı esasına göre 1 Ocak- 31 Aralık tarihleri arasında kazanılan millere göre üyelik seviyeleri şekillenmektedir.

25.000 mil elde edildiğinde *Aeroplan Silver* üyelik, 50.000 milde *Aeroplan Black* ve 100.000 mil kazanıldığında ise *Aeroplan Diamond* üyelik seviyelerine yükselmek mümkündür. Diğer sadakat programlarında olduğu gibi Air Canada'nın Aeroplan sadakat programında da farklı üyelik seviyelerine göre farklı imkanlar ve fırsatlar sunulmaktadır.

	aeroplan silver 25,000 miles	aeroplan black 50,000 miles	aeroplan diamond 100,000 miles
<b>FLIGHT REWARD</b>			
▶ Fewer miles when you redeem for a Market Fare Flight Reward	UP TO <b>20% OFF</b>	UP TO <b>25% OFF</b>	UP TO <b>35% OFF</b>
<b>BONUS MILE</b>			
▶ Air Canada Getaway Bonus on eligible roundtrips	<b>500 AEROPLAN STATUS BONUS MILES</b>	<b>1,000 AEROPLAN STATUS BONUS MILES</b>	<b>1,500 AEROPLAN STATUS BONUS MILES</b>
▶ Aeroplan status bonus miles on stays at Fairmont Hotels & Resorts, Marriott and Starwood Hotels & Resorts		<b>250 AEROPLAN STATUS BONUS MILES PER STAY</b>	<b>250 AEROPLAN STATUS BONUS MILES PER STAY</b>
▶ Aeroplan status bonus when you shop online at SHOP.CA	<b>2X</b>	<b>2X</b>	<b>2X</b>
▶ Aeroplan status bonus when you shop online at the Aeroplan eStore	<b>2X</b>	<b>2X</b>	<b>3X</b>
<b>PRIVILEGES</b>			
▶ Priority access to the Aeroplan Contact Centre			✓
▶ Preferential treatment at Fairmont Hotels & Resorts	✓	✓	✓
▶ Aeroplan Exclusives : Unique rewards available only to members with Aeroplan status through an online auction site	✓	✓	✓
▶ Limited-time offers	✓	✓	✓

**Tablo 5: Aeroplan Sadakat Programı Seviyeleri**

<https://www4.aeroplan.com/status/overview> (Erişim Tarihi: 11.07.2016)

## **Air China:**

Air China'nın müşterilerine sunduğu sadakat programı *Phoenix Miles*'dir. Bu programdan Air China ve onun iştirakleri olan Air China Cargo,Shenzhen Airlines, Air Macau, Dalian Airlines, Beijing Airlines, Inner Mongolia Airlines ve Tibet Airlines müşterileri ile Star Alliance üyesi havayollarının yolcuları faydalanabilmektedir. Genel olarak kullanılan havayolları müşteri sadakat programlarından biraz daha farklı olarak her ne kadar programın adında "mil" kelimesi geçse de hesaplamalar ve uygulama "kilometre" üzerinden yapılmaktadır.

Uçuşlara ilave olarak Air China'nın anlaşmalı otelleri, araç kiralama firmaları yada kurumsal bankalarla yapılan işlemlerde de puan kazanılabilmektedir. PhoenixMiles sisteminde puan olarak istenilen düzeylere ulaşıldığı anda da ücretsiz seyahat ve upgrade imkanları sağlanmaktadır.

Programda *Silver, Gold, Platinum ve Lifetime Platinum* şeklinde dört seviye bulunmaktadır.

Seviyeler arttıkça müşterilere sağlanan imkanlar da bu doğrultuda artmaktadır.

*Silver* seviyeye ulaşabilmek için 40.000 km'lik puan kazanmak ya da 25 uçuş segmenti gerçekleştirmek gerekmektedir. Uçuşlardan %25 oranında bonus kazanabilme, rezervasyon ve bekleme listesi önceliği, business sınıfta check-in işlemi ve 20 kg'a kadar yada bir parça ilave bagaj hakkı bu üyelik seviyesinde sağlanmaktadır.

*Gold* seviyeye ulaşabilmek için 80.000 km'lik puan kazanmak ya da 40 uçuş segmenti gerçekleştirmek gerekmektedir.

Bu seviyede sağlanan ayrıcalıklar arasında; %30 oranında bonus puan, harekettten 48 saat önce rezervasyon önceliği ve 72 saat öncesinde de rezervasyon garantisi sağlanmaktadır.

Öncelikli ödül bilet ve ödül upgradeler, business sınıf yada Star Alliance yolcu salonuna üyenin ve yanında bir başka kişiye giriş hakkı, öncelikli boarding ve bagaj dağıtım hizmeti verilmektedir.

*Platinum* seviyeye ulaşabilmek için ise 160.000 km'lik puan kazanmak ya da 90 uçuş segmenti gerçekleştirmek gerekmektedir. Platinum seviyede ise % 50 oranında bonus puan imkanı sağlanmaktadır. Ayrıca uçuştan 48 saat önce yer garantili rezervasyon, first class yolcu salonundan yada Star Alliance Gold yolcu salonuna bir üyenin ve yanındaki herhangi birinin geçiş hakkı ve first class check-in imkanı sağlanmaktadır.

*Lifetime Platinum* seviyesi 1 milyon kilometreye ulaşıldığı zaman, hiçbir zaman ve gereklilik şartı olmaksızın tüm haklardan faydalanabilmeyi sağlayan en üst seviyeli ve ayrıcalıklı üyelik seviyesidir.



## ELITE MEMBER LEVELS

### Qualification for Elite Membership

Any PhoenixMiles member who has attained the age of 12 and who has met the requirements on kilometers and segments flown can become an Elite member.

Program Level	Silver	Gold	Platinum	Lifetime Platinum
Cards of different levels				
Star Alliance levels	Silver	Gold	Gold	Gold
Requirements on membership level upgrade ①	40,000 level kilometers or 26 level flight segments	80,000 level kilometers or 40 level flight segments	160,000 level kilometers or 90 level flight segments	1 million km ②
Requirements to be met to benefit from the "Membership Level Upgrade Special"		PhoenixMiles Silver/Gold members who have met the requirements on maintaining their program level for four consecutive years and who meet 70% of upgrade-to-Gold/Platinum requirement in the 6 <sup>th</sup> year can be upgraded to Gold/Platinum. ③		
Validity period after the first upgrade ④	From the year of upgrade to March 31 of the third year			Lifetime validity
Requirements to be met for maintaining membership level ⑤	35,000 level kilometers or 23 level flight segments	70,000 level kilometers or 36 level flight segments	145,000 level kilometers or 80 level flight segments	
Validity period after the membership level is maintained	From the year the program level is maintained to March 31 of the following year			

#### Notes:

- ① If your level mileage or level flight segments reach the applicable requirements, within 12 consecutive months, you are granted program level upgrade; if your level mileage or level flight segments reach the applicable requirements within the validity period of your Elite membership card, you can maintain your program level. For specific requirements on level mileage or level flight segments, see "Mileage Accrual Standards" on page 10.
- ② Program level upgrade is granted in March each year. Example: You meet the requirements on maintaining program level from January to December of each year for the period 2011-2014, and you meet 70% of the requirement on program level upgrade from January to December of 2015, you are granted program level upgrade in March 2016.
- ③ This is the validity period of your Elite membership card after you meet the requirements on program level upgrade.
- ④ Mileage accrued by a member on Air China-operated and OA-coded flight since joining the program.

Şekil18: Phoenix Miles Müşteri Sadakat Programı Seviyeleri



Kaynak: [http://ffp.airchina.com.cn/en/zyjh\\_new/shouce/gbpc.pdf](http://ffp.airchina.com.cn/en/zyjh_new/shouce/gbpc.pdf) (Erişim Tarihi: 01.11.2015)



şekil 19: PhoenixMiles Platinum Kart



şekil 20: PhoenixMiles Gold Kart



şekil 21: PhoenixMiles Silver Kart

<http://www.mightytravels.com/2014/08/an-introduction-to-air-china-phoenix-miles-award-chart-award-availability-fuel-surcharges-destinations/> (Erişim Tarihi: 03.03.2016)

Air India:

*Flying Returns* Hindistan'ın ilk sık uçan yolcu programı olup, üyelerine farklı ödülleri ve imkanlar sunmaktadır.

Sadece Air India uçuşlarında değil, Star Alliance üyesi diğer havayollarıyla olan uçuşlarda da kazanılan mil puanlar ücretsiz bilet, upgrade hakkı gibi konularda kullanılabilir. Bonus miller sadece havayolu ortak kuruluşlarında değil aynı zamanda havayolu dışındaki diğer anlaşmalı kurumlarda da hem kazanılıp hem de harcanabilir.

Air India'nın sadakat programında üç temel üyelik seviyesi bulunmaktadır.

*Silver Edge Club* statüsüne erişip o statüde kalabilmek için son 12 ay içinde 25.000 milin kazanılması gerekmektedir.

Bu seviye kapsamında Air India'nın sunduğu imkanlardan bazıları şu şekilde ifade edilebilir:

- Air India ile gerçekleştirilen uçuşlarda normal kazanılan bonus millerden % 15 daha fazlası kazanılabilir.
- Biletin alındığı seyahat sınıfının sağladığı bagaj hakkından 10 kg daha fazla hak Air India'nın gerçekleştireceği seferlerde sağlanmaktadır ya da Hindistan'dan Amerika, Kanada, Birleşik Krallık, Avrupa ve Japonya hatlarında bir adet ilave kabin bagaj hakkı verilmektedir.
- Belirtilen havaalanlarında öncelikli check-in kontuarları hizmet vermektedir.
- Öncelikli check in ve boarding işlemleri yapılmaktadır.
- Air India seferlerinde olmak üzere bir adet upgrade kuponu sağlanmaktadır.
- Öncelikli bagaj dağıtım hakkı verilmektedir.
- Havayolu olmayan anlaşmalı kuruluşlardan da ayrıcalıklar sağlanmaktadır.

*Golden Edge Club* statüsüne erişip o statüde kalabilmek için son 12 ay içinde 50.000 milin kazanılması gerekmektedir.

Bu seviye kapsamında Air India'nın sunduğu imkanlardan bazıları şu şekilde ifade edilebilir:

- Air India ile gerçekleştirilen uçuşlarda normal kazanılan bonus millerden % 25 daha fazlası kazanılabilmektedir.
- Biletin alındığı seyahat sınıfının sağladığı bagaj hakkından 20 kg daha fazla hak Air India'nın gerçekleştireceği seferlerde sağlanmaktadır ya da Hindistan'dan Amerika, Kanada, Birleşik Krallık, Avrupa ve Japonya hatlarında bir adet ilave kabin bagaj hakkı verilmektedir.
- Belirtilen havaalanlarında öncelikli check-in kontuarları hizmet vermektedir.
- Öncelikli check in ve boarding işlemleri yapılmaktadır.
- Air India seferlerinde olmak üzere iki adet upgrade kuponu sağlanmaktadır.
- Öncelikli bagaj dağıtım hakkı verilmektedir.
- Havayolu olmayan anlaşmalı kuruluşlardan da ayrıcalıklar sağlanmaktadır.

*Maharajah Club* statüsüne erişip o statüde kalabilmek için son 12 ay içinde 75.000 milin kazanılması gerekmektedir.

Bu seviye kapsamında Air India'nın sunduğu imkanlardan bazıları şu şekilde ifade edilebilir:

- Air India ile gerçekleştirilen uçuşlarda normal kazanılan bonus millerden % 30 daha fazlası kazanılabilmektedir.
- Biletin alındığı seyahat sınıfının sağladığı bagaj hakkından 20 kg daha fazla hak Air India'nın gerçekleştireceği seferlerde sağlanmaktadır ya da Hindistan'dan Amerika, Kanada, Birleşik Krallık, Avrupa ve Japonya hatlarında bir adet ilave kabin bagaj hakkı verilmektedir.
- Belirtilen havaalanlarında öncelikli check-in kontuarları hizmet vermektedir.

- Öncelikli check in ve boarding işlemleri yapılmaktadır.
- Air India seferlerinde olmak üzere üç adet upgrade kuponu sağlanmaktadır.
- Öncelikli bagaj dağıtım hakkı verilmektedir.
- Havayolu olmayan anlaşmalı kuruluşlardan da ayrıcalıklar sağlanmaktadır.

<http://www.flyingreturns.co.in/html/pc.php> (Erişim Tarihi: 11.12.2015)

### **Air New Zealand**

*Airpoints*, Air New Zealand'ın müşterilerine sunmuş olduğu sadakat programıdır. Statü puanları kazanılarak farklı seviyelerde müşterilere farklı imkanlar sunulmaktadır. Air New Zealand, Star Alliance üyesi havayolları ve diğer ortak uçuşlarda müşterilerin puan kazanabilme imkanları söz konusudur. Son 12 ayda kazanılması gereken statü puanları statü seviyelerinin yükselmesine imkan sağlamaktadır. Bir üst statüye ulaşılmasına müteakiben o statüde kalabilmek için, o seviyeye ulaşmak için elde edilmesi gereken statü puanlarının % 90'ını almak yeterli olmaktadır.

Bu program kapsamında; Silver, Gold ve Elite olmak üzere üç seviye bulunmaktadır.

*Silver* statüye yükselebilmek için 450 statü puanı ve o seviyede kalabilmek için ise 405 puan kazanmak gerekmektedir. *Gold* statüye yükselebilmek için 900 statü puanı ve o seviyede kalabilmek için ise 810 puan kazanmak gerekmektedir. *Elite* statüye yükselebilmek için ise 1500 statü puanı ve o seviyede kalabilmek için ise 1350 puan kazanmak gerekmektedir.

*Silver* statüye yükselen bir üye aşağıda ifade edilen ayrıcalıklardan faydalanabilmektedir:

- Bu üyelik seviyesinin vermiş olduğu bir ayrıcalıkla üyelik yılı içerisinde bir adet saygınlık upgrade'i denilen bir hak sağlanmaktadır. Tarifeli uçuştan 6 gün önce Elite ve Gold kart sahiplerinin upgradelerine müteakiben onaylanmaktadır.

- Sadece Air New Zealand uçuşlarında kullanılabilen üzere, yerin ve satılmayan koltukların uygunluğuna bağlı olarak bu ayrıcalık bir takım sınırlılıkları beraberinde getirmektedir. Yüksek doluluk oranları onayın verilememesine sebebiyet verebilmektedir. Yoğunluğa bağlı olarak taleplerin onay sıralanmasında da öncelikli olarak Elite, Gold ve daha sonra da Silver kart sahibi müşteriler yer almaktadır.
- *Silver* üyelik seviyesinde uluslararası uçuş gerçekleştirecek olan bir yolcu Air New Zealand sisteminin sağladığı bir avantaj olarak seyahatlerinden önce bir üst kabin sınıfına upgrade olabilmektedir. % 10 oranında müşteri talepleri gerçekleştirilebilmektedir.
- Bir Yeni Zelanda dolarına eşit olacak şekilde değeri ayarlanmış olarak *Airpoints Dollars* denilen sistem üzerinden yada nakit para ile bu işlem yürütülebilmektedir. Biriktirilmiş, kazanılmış olan puanlar Yeni Zelanda doları karşılığında değer görmektedir.
- Bu seviyedeki üyeler, üyelikleri süresince yılda iki adet ücretsiz tek kişilik Air New Zealand yolcu salonlarından Yeni Zelanda’da faydalanabilme hakkına sahiptir. Salon hakkı Air New Zealand uçuşlarında geçerlilik arz etmektedir. Yolcu salonları kullanım hakları yolcunun *Airports* hesabına otomatik olarak yüklenir ve *Silver Airports* üyelik kartının salon girişlerinde takdim edilmesiyle yolcunun hesabından düşer. Seyahat sırasında yanında eşlik eden başka bir kişi de yer müsait ise yolcu salonuna giriş yapabilmektedir. Air New Zealand’ın Yeni Zelanda’nın dışında uluslararası diğer noktalarda da yolcu salonları bulunmaktadır. Tüm yolcu salonlarının üç grupta toplamak mümkündür. Bunlar; Air New Zealand İçhat Yolcu Salonları, Air New Zealand Dışhat Yolcu Salonları, Air New Zealand Uluslararası Yolcu Salonlarıdır.

- Öncelikli havalimanı bekleme hakkı , *Silver* üyeler havaalanında alternatif bir uçuşa geçmek istedikleri zaman Elite ve Gold üyelerden sonra uçuşun durumuna göre verilen bir haktır.
- İstenilen uçuşun dolu olması durumunda Silver üyelere bekleme listesinde öncelik verilir. Bu öncelik sırasında Elite ve Gold üyeler daha önce gelmektedir. Öncelikli bekleme listesi rezervasyonu yapan acenta üzerinden yada yolcu online olarak kendisi yapmışsa Air New Zealand İrtibat Merkezinden yapılmaktadır.
- İndirimli business sınıf ödül bilet hakkı da Silver üyelere belirli sayılarda sunulabilmektedir.

Air New Zealand *Airports Gold* üyelik statüsüne yükselen bir üye aşağıda ifade edilen ayrıcalıklardan faydalanabilmektedir:

- Bu üyelik seviyesinin vermiş olduğu bir ayrıcalıkla üyelik yılı içerisinde iki adet saygınlık upgrade'i denilen bir hak sağlanmaktadır. Tarifeli uçuştan 6 gün önce Elite kart sahiplerinin upgradelerine müteakiben onaylanmaktadır. Sadece Air New Zealand uçuşlarında kullanılabilir üzere, yerin ve satılmayan koltukların uygunluğuna bağlı olarak bu ayrıcalık bir takım sınırlılıkları beraberinde getirmektedir. Yüksek doluluk oranları onayın verilememesine sebebiyet verebilmektedir. Yoğunluğa bağlı olarak taleplerin onay sıralanmasında da öncelikli olarak Elite ve daha sonra da Gold kart sahibi müşteriler yer almaktadır.
- *Gold* üyelik seviyesinde uluslararası uçuş gerçekleştirecek olan bir yolcu Air New Zealand sisteminin sağladığı bir avantaj olarak seyahatlerinden önce bir üst kabin sınıfına upgrade olabilmektedir. % 30 oranında müşteri talepleri gerçekleştirilmektedir.
- Bir Yeni Zelanda dolarına eşit olacak şekilde değeri ayarlanmış olarak *Airpoints Dollars* denilen sistem üzerinden yada nakit para ile bu işlem yürütülebilmektedir.

Biriktirilmiş, kazanılmış olan puanlar Yeni Zelanda doları karşılığında değer görmektedir.

- *Gold* üyeler hem Air New Zealand, hem de Star Alliance yolcu salonlarından üyelik seviyelerinin devam ettiği müddetçe sınırsız olarak faydalanabilmektedir. İlave olarak, yerin müsait olması durumunda yanlarında bir yolcuyu da misafir olarak yolcu salonuna alabilmektedirler.
- Air New Zealand'ın Yeni Zelanda'nın dışında uluslararası diğer noktalarda da yolcu salonları bulunmaktadır.
- Tüm yolcu salonlarının üç grupta toplamak mümkündür. Bunlar; Air New Zealand İçhat Yolcu Salonları, Air New Zealand Dışhat Yolcu Salonları, Air New Zealand Uluslararası Yolcu Salonlarıdır.
- İç hat, kısa mesafeli uçuş ve uluslararası uçuşlarında *Gold* üyeler 23 kg. ilave bagaj hakkından hiçbir ücret ödemeksizin faydalanabilmektedir. Ayrıca 7'şer kilogramdan fazla ve 115 cm'den uzun ve geniş olmayacak şekilde iki adet kabin bagaj hakkı da verilmektedir.
- Öncelikli havalimanı bekleme hakkı , *Silver* üyeler havaalanında alternatif bir uçuşa geçmek istedikleri zaman Elite ve Gold üyelerden sonra uçuşun durumuna göre verilen bir haktır.
- İstenilen uçuşun dolu olması durumunda Silver üyelere bekleme listesinde öncelik verilir. Bu öncelik sırasında Elite ve Gold üyeler daha önce gelmektedir. Öncelikli bekleme listesi rezervasyonu yapan acenta üzerinden yada yolcu online olarak kendisi yapmışsa Air New Zealand İrtibat Merkezinden yapılmaktadır.
- *Gold* üyelerin istemeleri halinde "sık uçan yolcu koltuğu" hakkı da bulunmaktadır. Bu haktan faydalanabilmek için rezervasyon sırasında üye numarasının girilip talebin yapılması gerekmektedir.

- Öncelikli check-in, biniş işlemi ve bagaj dağıtımı da *Gold* üyelerin hizmetine sunulmaktadır.
- *Gold* üyelikte kazanılan puanların geçerlilik süre sınırı bulunmamaktadır.
- Aynı evde beraber yaşadıkları kişilere ilaveten *Gold* üyeler, aynı evde yaşama zorunluluğu olmaksızın ilave olarak iki kişiyi daha “hediyeye kayıt” kısmına kayıt ettirebilir.
- Yeni Zelanda ve Avustralya’da otel ve araba kiralama konusunda da *Gold* üyelere ayrıcalıklar sunulmaktadır. Bunlar arasında ücretsiz bir oda temin edilmesi, oda upgrade imkanının sağlanması, ücretsiz bir araç kiralınması ve araç upgrade imkanının sağlanması da yer almaktadır.
- Otelde oda upgrade imkanı sadece otele giriş işlemi yapılırken mümkün olabilmektedir ve kiralık araç upgrade’leri ise rezervasyon yapılırken gerçekleştirilmektedir.

İndirimli business sınıf ödül ücretleri de *Gold* üyelere sınırlı sayıda sunulan ayrıcalıklardandır.

*Elite* üyelik seviyesine gelen bir yolcu ise aşağıda belirtilen ayrıcalıklardan faydalanabilmektedir:

- Upgrade sınıfları uygun ise, *Elite* üyelere yılda iki adet saygınlık upgrade hakkına sahip olacaktır. Bu upgrade işlemleri 355 gün öncesinden onaylanabilmektedir. Onaylı upgrade imkanını elde edebilmek için en ideal süre olarak uçuştan en az 7 gün önce rezervasyon yapılması tavsiye edilmektedir. Yüksek doluluk oranına da bağlı olarak bu taleplerin gerçekleşememe ihtimali söz konusudur. Taleplerin ele alınış önceliğinde *Elite* üyeler *Gold* ve *Silver* üyelere göre daha sonra gelmektedir.
- Saygınlık upgrade hakkı üyelere 12 aylığına sağlanmaktadır.



Buna ilaveten Elite üyelerin diğeri *Airpoints* üyelerine de hediye saygınlık upgrade imkanı sağlatabilmeleri söz konusudur. Birlikte seyahat etmeleri durumunda bu şekilde belirtilen ilave bir yolcunun yanında 12 yaşına kadar çocuklar da ücretsiz olarak bu haktan faydalandırılabilirler.

- *Elite* üyelik seviyesinde uluslararası uçuş gerçekleştirecek olan bir yolcu Air New Zealand sisteminin sağladığı bir avantaj olarak seyahatlerinden önce bir üst kabin sınıfına upgrade olabilmektedir. % 50 oranında müşteri talepleri gerçekleştirilmektedir.
- *Elite* üyeler üyelik statüleri boyunca tüm Air New Zealand ve Star Alliance yolcu salonlarından faydalanabilmektedirler.
- İlave olarak yerin uygunluk durumuna göre 5 misafir de bu üyelere eşlik edip, yolcu salonundan faydalanabilmektedir. Kurallara göre iki yaşından büyük çocukların da birey olarak kabul edilip bu sayıya dahil edildiklerine müşterilerin dikkat etmeleri de gerekmektedir.
- İç hat, kısa mesafeli uçuş ve uluslararası uçuşlarında *Elite* üyeler 23 kg. ilave bagaj hakkından hiçbir ücret ödemeksizin faydalanabilmektedir. Ayrıca 7'şer kilogramdan fazla ve 115 cm'den uzun ve geniş olmayacak şekilde iki adet kabin bagaj hakkı da verilmektedir.
- *Elite* üyelerin istemeleri halinde "sık uçan yolcu koltuğu" hakkı da bulunmaktadır. Bu haktan faydalanabilmek için rezervasyon sırasında üye numarasının girilip talebin yapılması gerekmektedir.
- Öncelikli havalimanı bekleme hakkı , *Elite* üyeler havaalanında alternatif bir uçuşa geçmek istedikleri zaman *Gold* ve *Silver* üyelerden önce uçuşun durumuna göre verilen bir haktır.

- İstenilen uçuşun dolu olması durumunda Elite üyelere bekleme listesinde öncelik verilir. Öncelikli bekleme listesi rezervasyonu yapan acenta üzerinden yada yolcu online olarak kendisi yapmışsa Air New Zealand İrtibat Merkezinden yapılmaktadır.
- Öncelikli havalimanı bekleme hakkı , *Elite* üyeler havaalanında alternatif bir uçuşa geçmek istedikleri zaman Gold ve Silver üyelere önce uçuşun durumuna göre verilen bir haktır.
- Bu statüde kalındığı sürece de hiçbir şekilde kazanılan puanların geçerlilik süresi bitmemektedir.
- *Elite* üyeler aynı zamanda kendi aile bireylerinden birini ya da bir arkadaşlarını “Elite Ortak” olarak gösterebilmektedir.
- Bu kişilere verilecek olan “Elite Partner Card” ile Elite üye ile birlikte seyahat etme zorunluluğu olmaksızın üyelere sağlanan haklardan faydalanabilmektedirler. *Elite* üyenin isteğine göre de bu kişiler her sene değişebilmektedir.
- *Elite* üyelere yönelik olarak sağlanan ayrıcalıklardan birisi de aynı aileden olma zorunluluğu olmaksızın 4 kişiyi “hediye alacak” kişiler arasında gösterebilmeleridir.
- Ayrıca Auckland ve Christchurch havalimanlarında her biri 24 saat geçerli olacak şekilde 5 adet ücretsiz vale park kuponu da *Elite* üyelere sağlanmaktadır.
- Yeni Zelanda ve Avustralya’da anlaşmalı otellerde kullanılabilir şekilde ücretsiz bir oda kuponu ya da oda upgrade kuponu da *Elite* üyelere sağlanmaktadır. Otel upgrade talepleri sadece otele giriş sırasında alınabilmektedir ve peşpeşe Cuma, Cumartesi ve Pazar günlerini kapsayacak şekilde olabilmektedir.
- Yeni Zelanda ve Avusturya’daki noktalarda ücretsiz bir çeşit araba kiralayabilme yada upgrade edebilmek için *Elite* üyelere kupon sağlanmaktadır ve rezervasyon sırasında araç upgrade talebinin belirtilmesi gerekmektedir. Bu hak peşpeşe Cuma, Cumartesi ve Pazar günlerini kapsayacak şekilde kullanılabilir.

- Uzun menzilli uçuşlarda indirimli business sınıf bileti hakkı da bu üyelik seviyesinde sağlanmaktadır.

#### Status Points required to achieve each Tier Status

Tier	Amount of Qualifying Status Points* Required to Upgrade	Amount of Qualifying Status Points* Required to Retain Tier Status	
Silver	450	405	(at least half on Air New Zealand Operated Flights, Air New Zealand Alliance Flights, or Star Alliance Qualifying Flights)
Gold	900	810	(at least half on Air New Zealand Operated Flights, Air New Zealand Alliance Flights, or Star Alliance Qualifying Flights)
Elite	1,500 (at least 900 on Air New Zealand Operated Flights or Air New Zealand Alliance Flights)	1,350 (at least 810 on Air New Zealand Operated Flights or Air New Zealand Alliance Flights)	

\*The qualifying Status Points must be earned in a 12 month period to achieve Tier Status.

To see how many Status Points your qualifying flight will earn you check out the [Airpoints Dollars™ and Status Points earning rates look up table^](#) for details.

#### Tablo 6: Air New Zealand Sadakat Program Seviye Şartları

<http://www.airnewzealand.eu/status-points> (Erişim Tarihi: 11.08.2015)

#### All Nippon Airways (ANA)

Japon havayolu, All Nippon Airways (ANA) sadakat programı olarak ANA Mileage Club programını kullanmaktadır. Bu program vesilesiyle müşteriler uçuşlar ve anlaşmalı yerlerden yapacakları alışverişlerden mil puanları kazanabilmektedirler ve bu puanları farklı ödül ve ayrıcalıklar elde edebilmek için kullanabilmektedirler.

Üç farklı üyelik seviyesinde All Nippon Airways (ANA) sadakat programı sunmaktadır.

Bu seviyelerden ilki 30.000 Premium puan kazanıldığı zaman elde edilen *Bronze* üyelik seviyesidir. Bu 30.000 puanın 15.000'i ANA grup tarafından gerçekleştirilen uçuşlardan elde edilmelidir. İkinci seviye *Platinum* üyelik seviyesidir ve 25.000'i ANA grup tarafından gerçekleştirilen uçuşlardan olmak üzere 50.000 Premium puan kazanıldığında ulaşılmaktadır. Üçüncü ve en üst denilebilecek seviye ise *Diamond* üyelik seviyesidir. Bu seviyeye de 50.000'i ANA grup tarafından gerçekleştirilen uçuşlardan olmak üzere 100.000 Premium puan kazanıldığında ulaşılmaktadır.

Üyelik seviyelerine göre farklı ayrıcalık ve hizmetler üyelere sunulmaktadır.

*Bronze* üyeler ANA yolcu salonuna mil yada upgrade puanları kullanarak giriş yapabilmektedirler. Ancak “ANA Suite Lounge” yolcu salonuna giriş hakları bulunmamaktadır. *Platinum* ve *Diamond* üyeler tüm ANA yolcu salonlarından faydalanabilmektedir. ANA upgrade koltuk ödülllerinden *Bronze* ve *Platinum* müşteriler faydalanabilmektedir. *Diamond* müşteriler ise uçuş gününde iki kat daha fazla upgrade puanı kazanmaktadırlar. *Bronze* üyeliğin haricinde *Platinum* ve *Diamond* üyelikte Japonya iç hat uçuşlarında erken rezervasyon hakkı mevcuttur. Tüm üç seviyedeki üyelikler için Japonya iç hat uçuşlarında öncelikli koltuk rezervasyon hakkı ve öncelikli uçuş bekleme listesi hakkı bulunmaktadır. Uçuş ödülü *Bronze* üyelikte söz konusu değilken, *Platinum* üyelikte sadece uluslararası uçuşlarda bu hak geçerlidir.

*Diamond* üyelikte ise uçuş ödül hakkı bu seviyedeki üyelere verilmektedir. Diğer iki üyelik seviyesinde olmamakla beraber *Diamond* üyeler için uluslararası uçuş servis hizmet bedeli alınmamaktadır.

Her üç üyelik seviyesi için de öncelikli check-in kontuarı hizmeti verilmektedir. Öncelikli bagaj alabilme hakkı *Platinum* ve *Diamond* üyeler için geçerli olup, *Bronze* üyelikte söz konusu değildir.

Bronze üyeler için sadece uluslararası uçuşlarda olacak şekilde ilave bagaj hakkı verilirken, Platinum ve Diamond üyelikte hem iç hem dış hat uçuşlarında ilave bagaj hakkı verilmektedir. Platinum ve Diamond üyelikte özel güvenlik kontrol noktası imkanı sağlanırken, Bronze üyelikte böyle bir hak bulunmamaktadır. Platinum ve Diamond üyelikte üyelere sunulup, Bronze üyelere sunulmayan bir diğer hizmet de boarding öncesi öncelikli biniş hakkı anonsudur. Uçuş değişikliğine bağlı olarak talep edilen bir uçuşta uçağın dolu olması durumunda öncelikli havalimanı bekleme imkanı üç seviyedeki müşteriler için de geçerlidir. Haneda Havalimanında Platinum ve Diamond üyelere ücretsiz vale park hizmeti ve öncelikli park rezervasyonu sağlanmaktadır. Hong Kong Uluslararası Havalimanında sık uçan ziyaretçi e-kanalları üç üyelik seviyesi için de sunulmaktadır.

Uçuş bonus millerinin hak ediliş oranları Bronze üyelik için % 40-55, Platinum üyelikte % 90-105 ve Diamond üyelikte ise % 115-130'dur. Her üç üyelik seviyesinde de ANA Gold Kart ve ANA Kart Premium Özel Bonus Milleri sağlanmaktadır. Yine her üç üyelik seviyesinde de özel bir değişim oranıyla milleri ve ANA upgrade puanları ANA SKY COIN denilen (Gökyüzü Jetonuna) çevirebilme hakkı vardır. Bronze üyelerin dışında, Japonya içinde IHG ANA Otel grubunda özel indirim imkanları sağlanmaktadır. Sadece Diamond üyeler için orijinal isimlik söz konusudur. Bronze üyelerin dışındaki üyelik seviyelerinde Lifestyle Dergisi ve Günlük ve Takvim hediyeleri verilmektedir.

Sadakat programı kapsamında ANA'nın aileli yolculara yönelik Aile Hesap Hizmeti (AFA) programı mevcuttur. Bu vesile ile tüm aile bireylerinin ANA ile ve ortak havayolu uçuşlarında kazanacakları miller bir havuzda birikebilip ortak kullanıma uygun şekilde istifade edilebilmektedir.

Ayrıca 1 milyon mil puan biriktiren yolcular için "Lifetime Miles" diye adlandırılan ömür boyu tüm ANA haklarından faydalanabilmeye imkan sağlayan bir üyelik mevcuttur.

[http://www.ana.co.jp/wws/us/e/asw\\_common/amc/reference/premium/](http://www.ana.co.jp/wws/us/e/asw_common/amc/reference/premium/) (Erişim Tarihi: 22.07.2016)

## **Asiana Airlines**

Asiana Havayollarının sık uçan yolcular için uyguladığı sadakat program Asiana Club'tır. Asiana Club millerine bağlı olarak kurgulanan bu sadakat programında Asiana ile yada herhangi bir Asiana ortak kuruluğu ile geręekleřtirilen uğuşlarda mil puan kazanılabilmekte ve farklı ödöl ve hizmetlerin elde edilmesinde bu miller kullanılabilir.

Asiana Club giriş üyelik seviyesi olan *Silver* seviyeden itibaren Asiana ve diğer Star Alliance üyesi havayolları ile geręekleřtirilecek olan uğuşlarda, anlaşmalı, otel, araç kiralama firmaları ve kredi kartlarının kullanılması ile mil kazanılabilmektedir.

*Silver* üyelik kapsamında sağlanan ayrılıkları şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Kazanılan miller bonus bilet ve koltuk upgrade işlemi için kullanılabilir.
- Ortak kurumlar üzerinden de mil kazanılabilmektedir.
- Asiana Club elektronik bülten ile üyelere düzenli olarak mil durumları ile alakalı bilgi verilmektedir.
- Mil puan kazanılmasının ardından, kazanılan miller 10 yıl geçerlidir.



**şekil 22: Asiana Club Silver Üyelik Kartı**

*Silver* üyeliğın bir üst seviyesi *Gold* üyeliktir.

Asiana ve diğeri Star Alliance üyesi havayolları ile gerçekleştirilecek olan uçuşlarda, anlaşmalı, otel, araç kiralama firmaları ve kredi kartlarının kullanılması ile mil kazanılabilmekte ve kullanılabilmektedir. Özel check-in kontuarı da bu statüde sağlanan ayrıcalıklar arasındadır.

*Gold* üyeliğeri Asiana Havayolları yada Star Alliance uçuşlarında 20.000 mil kazanılması yada Asiana Havayolları ile 24 ay içinde 30 kez uçuş yapılması durumunda erişilebilmektedir.

*Gold* üyelere sağlanan imkanları şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Tamamıyla dolu bir uçuşta uçmak isteyen üyelere boş yerin olmasına müteakiben konfirme yer öncelik hakkı verilmektedir.
- Üyelere üyelik ve mil bilgilerini düzenli olarak e-bültenle iletilmektedir.
- Uçuş sınıfı ne olursa olsun *Gold* üyeler havaalanlarında öncelikli kontuarlarda check-in yapabilmektedir.
- Bagaj işlemlerinde de üyelere hızlı ve öncelikli hizmet verilmektedir.
- First class uçuşlarında *Gold* üyelere üç parçaya kadar 32'şer kiloluk bagaj hakkı, business sınıf üyelere iki parçaya kadar 32'şer kiloluk bagaj hakkı ve ekonomi sınıftaki seyahatlerinde Amerika uçuşlarında 2'şer adet 23'er kiloluk bagaj hakkı ve Amerika dışı hatlarda 23 kiloya kadar bir adet bagaj hakkı sağlanmaktadır.
- Üyeye ve yanında eşlik eden herhangi birine yılda iki adet yolcu salonu kullanım kuponu verilmektedir.



**Şekil 23: Asiana Gold Üyelik Kartı**

Asiana Club *Diamond* üyelere de birtakım ilave ayrıcalıklar sağlanmaktadır. Bunlar arasında özel check-in kontuarları, öncelikli bagaj işlemleri, Star Alliance üyelerinin havalimanı yolcu salonlarından faydalanabilmek yer almaktadır.

*Diamond* üyeler Asiana Havayolları ve Star Alliance bünyesindeki uçuşlarından mil kazanabildikleri gibi kredi kartı firmaları, otel ve araç kiralama hizmetleri ile alakalı yaptıkları harcamalardan da puan kazanabilmektedirler ve bunları Asiana havayolları ve Star Alliance üleriyle gerçekleştirecek uçuşlarda kullanabilmektedirler. Kazanılan milerden ayrıca tiyatro, tatil yerleri ve duty-free dükkanlarında da faydalanabilmektedir.

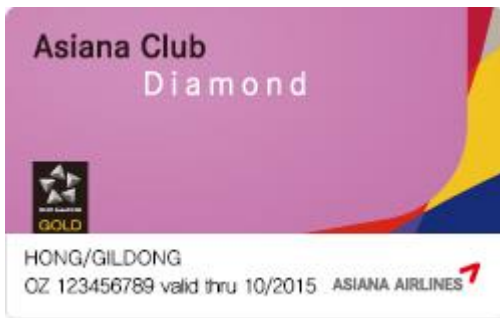
*Diamond* üyeliğe Asiana Havayolları yada Star Alliance uçuşlarında 40.000 mil kazanılması yada Asiana Havayolları ile 24 ay içerisinde 50 kez uçuş yapılması durumunda erişilebilmektedir.

*Diamond* üyelere sağlanan imkanları şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Tamamıyla dolu bir uçuşta uçmak isteyen üyelere boş yerin olmasına müteakiben konfirme yer öncelik hakkı verilmektedir.
- Üyelere üyelik ve mil bilgileri düzenli olarak e-bültenle iletilmektedir.



- Uçuş sınıfı ne olursa olsun *Diamond* üyeler havaalanlarında öncelikli kontuarlarda check-in yapabilmektedir.
- Bagaj işlemlerinde de üyelere hızlı ve öncelikli hizmet verilmektedir.
- First class uçuşlarında *Diamond* üyelere üç parçaya kadar 32'şer kiloluk bagaj hakkı, business sınıf üyelere iki parçaya kadar 32'şer kiloluk bagaj hakkı ve ekonomi sınıftaki seyahatlerinde Amerika uçuşlarında 2'şer adet 23'er kiloluk bagaj hakkı ve Amerika dışı hatlarda 23 kiloya kadar bir adet bagaj hakkı sağlanmaktadır.
- Üyeye ve yanında eşlik eden herhangi birine yolcu salonu kullanım hakkı verilmektedir.
- Bir adet mil kullanımı için indirim kuponu verilmektedir. 10.000 millik yada % 50'lik bir indirim imkanı sağlanmaktadır. Bu hak Asiana Havayolları uçuşlarında kullanılabilen olup, diğer üçüncü şahıslara devredilememektedir. Kazanılan millerin ödül biletlerde kullanımı sırasında aile üyelerinden herhangi biri adına da bilet düzenlenebilmektedir. Bu kuponun bir yıllık geçerlilik süresi bulunmaktadır.
- Bu üyelik seviyesinde kazanılan millerin kullanımındaki geçerlilik süresi 12 yıldır.



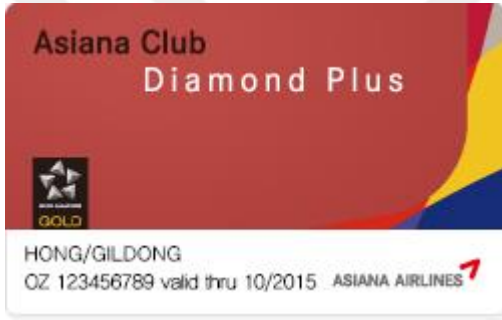
**Şekil 24: Asiana Club Diamond Kart**

Asiana Club Diamond üyeleri *Diamond Plus* üyeliğe Asiana Havayolları yada Star Alliance uçuşlarında 100.000 mil kazanılması yada Asiana Havayolları ile 24 ay içerisinde 100 kez uçuş yapılması durumunda erişilebilmektedir. *Diamond* üyeler Asiana Havayolları ve Star Alliance bünyesindeki uçuşlarından mil kazanabildikleri gibi kredi kartı firmaları, otel ve araç kiralama hizmetleri ile alakalı yaptıkları harcamalardan da puan kazanabilmektedirler ve bunları Asiana havayolları ve Star Alliance üyeleriyle gerçekleştirecek uçuşlarda kullanabilmektedirler. Kazanılan millerden ayrıca tiyatro, tatil yerleri ve duty-free dükkanlarında da faydalanabilmektedir.

*Diamond Plus* üyelere sağlanan imkanları şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Tamamıyla dolu bir uçuşta uçmak isteyen üyelere boş yerin olmasına müteakiben konfirme yer öncelik hakkı verilmektedir.
- Üyelere üyelik ve mil bilgileri düzenli olarak e-bültenle iletilmektedir.
- Uçuş sınıfı ne olursa olsun *Diamond* üyeler havaalanlarında öncelikli kontuarlarda check-in yapabilmektedir.
- Bagaj işlemlerinde de üyelere hızlı ve öncelikli hizmet verilmektedir.
- First class uçuşlarında *Diamond* üyelere üç parçaya kadar 32’şer kiloluk bagaj hakkı, business sınıf üyelere iki parçaya kadar 32’şer kiloluk bagaj hakkı ve ekonomi sınıftaki seyahatlerinde Amerika uçuşlarında 2’şer adet 23’er kiloluk bagaj hakkı ve Amerika dışı hatlarda 23 kiloya kadar bir adet bagaj hakkı sağlanmaktadır.
- *Diamond Plus* üyesi ve yanında eşlik eden herhangi bir yolcu Asiana ve Star Alliance Yolcu Salonlarını hem yurtiçinde hem de yurtdışında kullanabilmektedir. Asiana yada Star Alliance uçuşlarından 500.000 mil kazanmış olan yada 500 Asiana uçuşu olan üyeler Incheon Uluslararası Havalimanında “First Class Lounge” ı kullanım hakkı elde edebilmektedir.

- İki adet mil kullanımı için indirim kuponu verilmektedir. 10.000 millik yada % 50'lik bir indirim için imkanı sağlanmaktadır. Bu hak Asiana Havayolları uçuşlarında kullanılabilen olup, diğer üçüncü şahıslara devredilememektedir.
- Kazanılan millerin ödül biletlerde kullanımı sırasında aile üyelerinden herhangi biri adına da bilet düzenlenebilmektedir. Bu kuponun bir yıllık geçerlilik süresi bulunmaktadır.
- Bu üyelik seviyesinde kazanılan millerin kullanımındaki geçerlilik süresi 12 yıldır.



**Şekil 25: Asiana Club Diamond Plus Kart**

Asiana Club *Platinum* seviyesine Asiana Havayolları yada Star Alliance uçuşlarında 1.000.000 mil kazanılması yada Asiana Havayolları ile 24 ay içerisinde 1000 kez uçuş yapılması durumunda erişilebilmektedir. *Platinum* üyeler Asiana Havayolları ve Star Alliance bünyesindeki uçuşlarından mil kazanabildikleri gibi kredi kartı firmaları, otel ve araç kiralama hizmetleri ile alakalı yaptıkları harcamalardan da puan kazanabilmektedirler ve bunları Asiana havayolları ve Star Alliance üyeleriyle gerçekleştirecek uçuşlarda kullanabilmektedirler. Kazanılan millerden ayrıca tiyatro, tatil yerleri ve duty-free dükkanlarında da faydalanabilmektedir.

*Asiana Club Platinum* üyelere sağlanan imkanları şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Tamamıyla dolu bir uçuşta uçmak isteyen üyelere boş yerin olmasına müteakiben konfirme yer öncelik hakkı verilmektedir.
- Üyelere üyelik ve mil bilgileri düzenli olarak e-bültenle iletilmektedir.
- Uçuş sınıfı ne olursa olsun *Platinum* üyeler havaalanlarında öncelikli kontuarlarda check-in yapabilmektedir.
- Bagaj işlemlerinde de üyelere hızlı ve öncelikli hizmet verilmektedir.
- First class uçuşlarında *Platinum* üyelere üç parçaya kadar 32'şer kiloluk bagaj hakkı, business sınıf üyelere iki parçaya kadar 32'şer kiloluk bagaj hakkı ve ekonomi sınıftaki seyahatlerinde Amerika uçuşlarında 2'şer adet 23'er kiloluk bagaj hakkı ve Amerika dışı hatlarda 23 kiloya kadar bir adet bagaj hakkı sağlanmaktadır.
- *Platinum* üyesi ve yanında eşlik eden herhangi bir yolcu Asiana ve Star Alliance Yolcu Salonlarını hem yurtiçinde hem de yurtdışında kullanabilmektedir.
- İki adet mil kullanımı için indirim kuponu verilmektedir. 10.000 millik yada % 50'lik bir indirim imkanı sağlanmaktadır. Bu hak Asiana Havayolları uçuşlarında kullanılabilen olup, diğer üçüncü şahıslara devredilememektedir.
- Kazanılmış millerin kullanım süresi 12 yıldır.



**Şekil 26: Asiana Club Platinum Kart**

<http://us.flyasia.com/C/en/homepage.do?menuId=002001001001000&menuType=CMS>

(Erişim Tarihi 04.01.2016)

## **Austrian Airlines**

Avusturya havayolları daha önce detayları ifade edilmiş olan Lufthansa meşeli Miles&More kartı müşteri sadakat programı kapsamında yolcularına sunmaktadır.

## **Avianca**

Avianca Havayollarının yolcularına sunduğu müşteri sadakat programı *Life Miles*, müşterilerine üç farklı seviyede ayrıcalıklar ve haklar sunmaktadır. Bunlar *Silver*, *Gold* ve *Diamond* seviyelerdir. Silver seviyesine Avianca'da yada Star Alliance üyesi havayollarında bir takvim yılı içerisinde 22.000 puan toplanmasıyla yada 25 segment uçulmasıyla erişilebilmektedir. Avianca havayolları ile 5000 millik minimum bir uçuş yapılması da diğer şartlar arasında yer almaktadır. Gold seviyesine Avianca'da yada Star Alliance üyesi havayollarında bir takvim yılı içerisinde 40.000 puan toplanmasıyla yada yada 45 segment uçulmasıyla erişilebilmektedir. Avianca havayolları ile 10.000 millik minimum bir uçuş yapılması da diğer şartlar arasında yer almaktadır. Diamond seviyeye ise, Avianca'da yada Star Alliance üyesi havayollarında bir takvim yılı içerisinde 75.000 puan toplanmasıyla yada yada 85 segment uçulmasıyla erişilebilmektedir. Avianca havayolları ile 15.000 millik minimum bir uçuş yapılması da diğer şartlar arasında yer almaktadır.

Avianca havayolları ile gerçekleştirilen uçuşlarda; her üç üyelik seviyesinde de 48 saat şartına bağlı olarak sadakat programı üyesi kişiye ve yanında eşlik edecek bir başka kişiye sınırsız olarak business sınıfta uçuş upgrade hakkı verilmektedir.

Silver ve Gold üyeliklerde sağlanmamakla beraber Diamond üyelikte yıllık dört adet LifeMiles upgrade sertifikası verilmektedir.

Silver üyelik kapsamında yolcu Avianca VIP Yolcu Salonlarına girebilmektedir, Gold ve Diamond üyelikte ise üyelere, yanlarında bir misafir getirebilme hakkı verilmektedir.

Silver ve Gold üyelere verilmeyip sadece Diamond üyelere Diamond VIP Yolcu salonlarına yanlarında bir misafir de eşlik edecek şekilde hak verilmektedir. Üçüncü kişilerle anlaşmalı olan VIP yolcu salonlarını kullanma hakkı Silver üyelik seviyesindeki yolculara verilmezken, Gold ve Diamond üyeler yanlarında bir misafirleriyle bu salonlardan faydalanabilmektedir.

Avianca ile gerçekleştirilen uçuşlarda Silver üyeler % 25 bonus kazanırken, Gold ve Diamond üyeler % 100 bonus kazanabilmektedir. Her üç üyelik seviyesi için öncelikli havalimanı check-in işlemi, biniş, bagaj dağıtımını hakkı verilmektedir. Gold ve Diamond üyelere 20 kiloluk 1 parça ilave bagaj hakkı ve Amerika uçuşlarının dışında 10 kiloya kadar ilave bir el çantası hakkı verilmektedir. Her üç kart seviyesinde de çağrı merkezi yardım masası ve LifeMiles promosyonlarına ilişkin önceden bilgilendirme imkanı verilmektedir.

Star Alliance üyesi havayolları ile gerçekleştirilen uçuşlarda üyelere sağlanan ayrıcalıkları şu şekilde sıralamak mümkündür:

Gold ve Diamond üyeler için öncelikli havalimanı check-in işlemi, biniş, bagaj dağıtımını hakkı verilmektedir. Star Alliance'ın yolcuların hizmetine yeni sunmuş olduğu Gold Track Security denilen hızlı güvenlik geçiş sistemi de Gold ve Diamond üyelere sunulmaktadır. Yanlarında birer misafirleyle Gold ve Diamond müşterilere Havaalanı Yolcu Salonu geçiş hakkı da verilmektedir. Ayrıca her üç üyelik seviyesinde de öncelikli rezervasyon bekleme listesi ve öncelikli havalimanı yedek bekleme imkanı sağlanmaktadır.

<https://www.lifemiles.com/eng/abo/wnb/wnbelitab.aspx> (Erişim Tarihi: 03.08.2015)

## **Brussels Havayolları**

Brussels Havayolları, daha önce detayları ifade edilmiş olan Lufthansa meşeli Miles&More kartı müşteri sadakat programı kapsamında yolcularına sunmaktadır.

## **Copa Airlines**

Copa Havayollarının 1300 noktada 193 ülkede kullanımda olan bir müşteri sadakat programı *ConnectMiles* olarak bilinen programdır. Kendi içerisinde dört farklı seviyede üyelik şekli bulunmaktadır. Bunlar; *Silver*, *Gold*, *Platinum* ve *Presidential Platinum*'dur.

25.000 mil kazanmış yada 20 uçuş segmenti olan bir yolcu Silver üyelik seviyesine yükselmektedir. Gold üyelik için 45.000 mil kazanmak yada 40 uçuş segment şartı, Platinum üyelik seviyesine ulaşmak için 75.000 mil kazanmak yada 70 uçuş segmenti gerçekleştirmek gerekirken, en yüksek üyelik seviyesi olan *Presidential Platinum* seviyesine ulaşabilmek için 95.000 mil kazanmak yada 90 uçuş segmenti gerçekleştirmek gerekmektedir. Üyelik seviyelerine göre *ConnectMiles* sadakat programında sağlanan ayrıcalıkları ve verilen hakları şu şekilde sıralamak mümkündür:

Gerçekleştirilen uçuşlarda Silver üyeler %25, Gold üyeler % 50, Platinum üyeler % 75, Presidential Platinum üyeler ise % 100 oranında ilave bonus elde etmektedir. Ücretsiz yada indirimli çağrı merkezi rezervasyon, geç rezervasyon, değişim ücreti, aynı gün değişikliği, iptal ya da iade hizmeti tüm üyelik seviyelerinde söz konusudur. Silver üyelikte iki adet her biri 32 kg'ı geçmeyecek bagaj hakkı, Gold, Platinum ve Presidential Platinum üyeliklerde üç adet her biri 32 kg'ı geçmeyecek bagaj hakkı verilmektedir. Dört üyelik seviyesindeki üyelere havalimanında sağlanan bazı ayrıcalıklar arasında öncelikli check-in, güvenlik araması, boarding, bagaj dağıtımı, koltuk tercihi ve servis merkezi hizmeti sağlanmaktadır. Silver üyeliğin haricinde tüm üyelik seviyelerinde yolcu salonunu kullanım hakkı verilmektedir.

Silver üyeler için 24 saat, Gold üyeler için 48 saat, Platinum üyeler için 72 saat ve Presidential Platinum üyeler için 120 saat öncesinden upgrade imkanı sağlanmaktadır. Bu üyelerin yanlarında seyahat edecek bir kişiye de ücretsiz upgrade hakkı verilmektedir. Platinum ve Presidential Platinum üyelere üyelik yılı içerisinde üçer adet bölgesel uçuş upgrade hakkı verilmektedir. Sadece Presidential Platinum üyelere özel bir hak olarak ise, bir üyelik yılı içinde altı adet global upgrade hakkı verilmektedir.

<https://connectmiles.copaair.com/en/web/guest/about-connectmiles> (Erişim Tarihi 25.07.

2016)

### **Hırvatistan Havayolları**

Hırvatistan Havayolları daha önce detayları ifade edilmiş olan Lufthansa meşeli Miles&More kartı müşteri sadakat programı kapsamında yolcularına sunmaktadır.

### **Mısır Havayolları**

EGYPTAIR Plus Programı, Mısır Havayollarının müşterilerine sunmuş olduğu sadakat programının adıdır. Dört farklı üyelik seviyesinden oluşan bu programda müşterilere üyelik seviyelerine göre aşağıda ifade edilen ayrıcalıklar ve imkanlar sunulmaktadır:

Mısır Havayolları ile gerçekleştirilen ilk uçuştan sonra müşterilerin 36 ay geçerlilik süresi olan “Blue Card” üyelikleri başlamaktadır. Uçuşlara göre mil puan biriktirip ödül upgrade imkanı bu üyelik seviyesinde verilmektedir. 30.000 mil uçulduğunda “Silver Card” üyeliğe yükselbilmektedir. Millerin geçerlilik süresi 36 aydır. “Silver Card” üyelikte, Mısır Havayolları ile uçulan uçuşlarda % 20 ekstra mil kazanılabilmektedir.



Üyeliğin devam edebilmesi için iki yıl içinde 15.000 millik uçuş gerçekleştirilmesi yada 16 uçuş gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Silver seviyeden sonra iki yıl içinde 30.000 mil uçulduğunda “Gold Card” üyelik seviyesi başlayabilmektedir.

Millerin geçerlilik süresi 36 aydır. “Gold Card” üyelikte, Mısır Havayolları ile uçulan uçuşlarda % 30 ekstra mil kazanabilmektedir. Üyeliğin devam edebilmesi için iki yıl içinde 30.000 millik uçuş gerçekleştirilmesi yada 32 uçuş gerçekleştirilmesi gerekmektedir. İlave bagaj hakkı hizmetinden % 50 indirimli olarak Gold üyeler faydalanabilmektedir. Ayrıca biletleme işlemlerini business kontuarda gerçekleştirebilmektedirler. Yolcu salonlarından Gold üyelerin yanısıra yanlarında getirebilecekleri bir misafir de faydalanabilmektedir. Mısır Havayolları ile 1.000.000 millik uçuşu olan yolcular Platinum Card üyelik seviyesine yükselmektedir. Bu üyelikte, Mısır Havayolları ile uçulan uçuşlarda % 40 ekstra mil kazanılabilmektedir. İlave bir adet ücretsiz bagaj hakkı da Platinum üyelere verilmektedir ve kendi kullanım haklarına ilaveten yolcu salonlarından yanlarında getirebilecekleri bir misafir de faydalanabilmektedir. Ayrıca Platinum üyeler biletleme işlemlerini business kontuarda gerçekleştirebilmektedirler.

[http://www.egyptairplus.com/MS\\_Member\\_WebSite/levels.html](http://www.egyptairplus.com/MS_Member_WebSite/levels.html) ( 18.12.2015)

### **Ethiopian Havayolları**

ShebaMiles müşteri sadakat programı Ethopya havayollarının müşterilerine sunduğu müşteri sadakat programıdır. Dünyanın her yerinden üyelere açık bir üyelik sistemi olup, üyelik için doldurulan kağıt formların yada websitesi üzerinden elektronik formların doldurulması ile üyelik kayıtları oluşturulmaktadır.

Başvuru formunun doldurulmasına müteakiben, aşağıda şekilde gösterildiği şekliyle kağıt olarak ShebaMiles geçici üyelik kartı müşterilere sunulur.



**Şekil 27: Geçici Üyelik Kartı**

Üyelik statülerine bakıldığında bu sadakat programı kapsamında üç üyelik seviyesi görülmektedir. Blue, Silver ve Gold üyelik olarak adlandırılan bu üyelik seviyelerine göre müşterilere farklı ayrıcalıklar sunulmaktadır.

ShebaMiles programına kaydolduktan sonra gerçekleştirilen iki uçuş yada minimum kazanılan 3000 milden sonra *Blue* üyelik kartı verilmektedir. Bir takvim yılı içinde 20 uçuşun gerçekleştirilmesi yada 25.000 statü milinin kazanılmasına müteakiben *Silver* üyelik seviyesine yükselebilmektedir. Bir takvim yılı içinde 40 uçuşun gerçekleştirilmesi yada 50.000 statü milinin kazanılmasına müteakiben *Gold* üyelik seviyesine yükselebilmektedir.

Ethopya havayollarıyla gerçekleştirilen iç hat uçuşlarında Silver ve Gold kart sahiplerine kişiye özel bagaj etiketi imkanı verilmektedir. Silver kart sahipleri Ethopya havayolları ile gerçekleşen uçuşlarında % 25 statü mil kazanırken, Gold kart sahipleri % 75 statü mil kazanmaktadır. Silver kart sahiplerine ilave olarak 1 adet 23 kilogramı geçmeyecek şekilde bagaj hakkı sağlanmaktadır. Bu hak Gold kart sahipleri için 1 adet 32 kilogramı geçmeyecek şekilde verilmektedir.

Rezervasyon kabin sınıfı farketmeksizin business sınıf kontuarda öncelikli check-in işlemi yapılmaktadır.

Silver kart sahibi yolcular Addis Ababa'daki ShebaMiles Yolcu salonlarından faydalanabilirken, Gold kart yolcular tüm Ethopya havayollarının gidiş terminallerinde First ve Business yolcu salonlarından istifade edebilmektedir. Uçuş öncesinde iki defa ücretsiz değişiklik imkanı Gold kart müşterilerine sağlamaktadır. Silver kart sahiplerine ise 1 adet ücretsiz değişiklik hakkı verilmektedir. Uçuğa biniş sırasında Gold kart sahiplerinin önceliği mevcuttur. Bagaj dağıtımında ise Silver ve Gold kart sahiplerinin öncelik hakkı bulunmaktadır.

Ethopya havayollarıyla gerçekleştirilen uluslararası uçuşlarda Silver ve Gold kart sahiplerine kişiye özel bagaj etiketi imkanı verilmektedir. Silver kart sahipleri Ethopya havayolları ile gerçekleşen uçuşlarında % 25 statü mil kazanırken, Gold kart sahipleri % 75 statü mil kazanmaktadır. Silver kart sahiplerine ilave olarak 1 adet 23 kilogramı geçmeyecek şekilde bagaj hakkı sağlanmaktadır. Bu hak Gold kart sahipleri için 1 adet 32 kilogramı geçmeyecek şekilde verilmektedir. Rezervasyon kabin sınıfı farketmeksizin business sınıf kontuarda öncelikli check-in işlemi yapılmaktadır. Silver kart sahibi yolcular Addis Ababa'daki ShebaMiles Yolcu salonlarından faydalanabilirken, Gold kart yolcular tüm Ethopya havayollarının gidiş terminallerinde First ve Business yolcu salonlarından istifade edebilmektedir. Uçuş öncesinde iki defa ücretsiz değişiklik imkanı Gold kart müşterilerine sağlanmaktadır. Silver kart sahiplerine ise 1 adet ücretsiz değişiklik hakkı verilmektedir. Uçuğa biniş sırasında Gold kart sahiplerinin önceliği mevcuttur. Bagaj dağıtımında ise Silver ve Gold kart sahiplerinin öncelik hakkı bulunmaktadır.

<http://www.ethiopianairlines.com/UK/EN/shebamiles/loyalty> (İndirilme Tarihi: 03. 07.2015)

## EVA Air

EVA Air'in müşterilerine sunmuş olduğu sadakat programı Infinity MileageLands sık uçan yolcu programıdır.



**Şekil 28: EVA Air Müşteri Sadakat Programı Seviyeleri**

Sadece EVA Air uçuşlarında değil, tüm diğer Star Alliance üyesi havayolları kapsamında da mil kazanıp kullanabilen EVA Air müşterileri, sadakat programının başlangıç kartı olan *Green* karttan mil kazandıkça *Silver*, *Gold* ve *Diamond* seviyelere yükslebilmektedir. Infinity MileageLands programı sadece uçuşlarla alakalı bir program olmayıp, rezervasyon ayrıcalıkları, ekstra bagaj hakkı, havalimanı VIP hizmetleri, oteller, araba kiralama firmaları, anlaşmalı indirimli alışveriş merkezleri, kredi kartı firmaları, ödül kuponlar, hediyeler, uçuş simülatör tecrübesi gibi birçok ayrıcalık sunmaktadır.

Silver, Gold ve Diamond statüdeki üyeler Star Alliance üyeleri tarafından da kabul görmekte olup, tüm ittifak haklarından faydalanabilmektedirler.

12 aylık süre içerisinde geçerli olan bir Green kart statüsünden Silver kart statüye geçebilmek için altı yada daha fazla EVA Air/UNI Air uçuşunda 30.000 mil kazanmak yada 26 veya daha fazla EVA Air/ UNI Air uluslararası uçuş yapmış olmak gerekmektedir.

Gold üyeliğe yükselebilmek için 12 aylık Silver statü devam ederken 50.000 mil kazanmak yada daha fazla miktarda uluslararası uçuş gerçekleştirmek yada 50 veya daha fazla EVA Air/ UNI Air uluslararası uçuş gerçekleştirmek gerekmektedir. Diamond üyelik seviyesine yükselebilmek için ise 12 aylık Gold statü devam ederken 120.000 mil kazanmak yada daha fazla miktarda uluslararası uçuş gerçekleştirmek yada 100 veya daha fazla EVA Air/ UNI Air uluslararası uçuş gerçekleştirmek gerekmektedir.

Silver kart statünün yenilenebilmesi için geçebilmek için altı yada daha fazla EVA Air/UNI Air uçuşunda 40.000 mil kazanmak yada 42 veya daha fazla EVA Air/ UNI Air uluslararası uçuş yapmış olmak gerekmektedir.

Gold kart statünün yenilenebilmesi için geçebilmek için altı yada daha fazla EVA Air/UNI Air uçuşunda 80.000 mil kazanmak yada 80 veya daha fazla EVA Air/ UNI Air uluslararası uçuş yapmış olmak gerekmektedir.

Diamond kart statünün yenilenebilmesi için altı yada daha fazla EVA Air/UNI Air uçuşunda 200.000 mil kazanmak yada 140 veya daha fazla EVA Air/ UNI Air uluslararası uçuş yapmış olmak gerekmektedir. Silver, Gold ve Diamond kart üyeliklerinin geçerlilik süresi 2 yıldır. Silver, Gold ve Diamond kart üyelerinin sadece Tayvan sınırları içinde ayrıcalıklı üye rezervasyon hattı, öncelikli yedek bekleme listesi, ilave bagaj hakkı, özel üye kontuarları imkanlarından faydalanabilmektedirler. Gold ve Diamond üyelere öncelikli biniş hakkı sağlanmaktadır. Diamond üyeler uçuştan 48 saat öncesinden Elite/ekonomi sınıf yer garantili rezervasyon hakkına sahiptir ve Tayvan Taipei Song Shan Havalimanında Diamond üye check in yolcu salonundan faydalanabilmektedirler.

Diamond üyelere özel sağlanan ayrıcalıklar arasında elektronik upgrade sertifikası, ücretsiz duty free indirim kuponu, kişiye özel bagaj isimlikleri de yer almaktadır.

Gold ve Diamond üyelere EVA/UNI SKY SHOP'da %10 indirim ve ön siparişli hizmetler kapsamında da özel indirimler söz konusudur. Silver, Gold ve Diamond üyelerin doğumgünlerinin olduğu ayda ekstra mil kazanabilme imkanları da mevcuttur.

<http://www.evaair.com/en-us/infinity-mileagelands/membership-benefits/introduction/>

(Erişim Tarihi: 04.08.2015)

### **LOT Polonya Havayolları**

LOT Polonya Havayolları daha önce detayları ifade edilmiş olan Lufthansa meşeli Miles&More kartı müşteri sadakat programı kapsamında yolcularına sunmaktadır.

### **Deutsche Lufthansa AG**

Deutsche Lufthansa AG Havayolları daha önce detayları ifade edilmiş olan Lufthansa meşeli Miles&More kartı müşteri sadakat programı kapsamında yolcularına sunmaktadır.

### **SAS Scandinavian Airlines**

İskandinav Havayolları EuroBonus adı altında bir sadakat programı müşterilerine sunmaktadır. Üye olunmasının ardından uçuşlarda, otel konaklamalarında, araç kiralamalarında ve hatta günlük harcamalarda bile puan biriktirilmeye başlanabilen bir sadakat programı sunulmaktadır ve bu puanlar SAS havayolları uçuşlarının yanısıra birçok ortaklık anlaşmasının bulunduğu kurumlar vasıtasıyla da kazanılabilmektedir.

EuroBonus sadakat programının dört farklı üyelik seviyesi bulunmaktadır. Başlangıç seviyesi *Member*, ve sonra sırasına göre Silver, Gold ve Diamond seviyeler yer almaktadır.

Silver seviyeye yükselmek için son 12 ay içinde 20.000 puan biriktirilmesi gerekmektedir. Gold seviyeye yükselmek için 45.000 puan ve en yüksek seviye olan Diamond seviyeye yükselmek için 90.000 puan toplanması gerekmektedir. Üyelik seviyelerine göre EuroBonus programı kapsamındaki ayrıcalık ve avantajları şu şekilde özetlemek mümkündür:

Tüm üyelik seviyelerindeki müşteriler SAS ve diğer ortak kurumlarla olan alışverişlerinde özel bazı tekliflerden ve indirimlerden faydalanabilmektedir. Mesajla bu kampanyalardan hepsi de bilgilendirilmektedir.

Gold ve Diamond üyeler uçakta ücretsiz Wi-Fi imkanından faydalanabilmektedir. Ödül uçuşlarda üyelik hizmetlerinden faydalanırken Silver, Gold ve Diamond üyeler ücretsiz rezervasyon hakkına sahiptir.

Silver, Gold ve Diamond üyeler business kontuarda check in imkanından faydalanabilmekte, hızlı geçiş sistemini ve yolcu salonlarını kullanabilmektedirler. Ayrıca bu üç üyelik türüne üye olanlar 14 gün öncesinden rezervasyon yaptırdıklarında SAS uçuşlarında en uygun fiyatlı indirimli yer imkanına da sahiptirler. Bu indirim oranları Silver üyeler için %10, Gold üyeler için % 20 ve Diamond üyeler için % 30'dur. Golf ve kayak malzemeleri de dahil olmak üzere en fazla 23 kg olacak şekilde Silver üyelerinin SAS uçuşlarında bir parça, Gold ve Diamond üyeler için ise iki parça ilave ücretsiz bagaj hakkı verilmektedir. Gold ve Diamond üyelerin Star Alliance ile gerçekleştirecekleri uçuşlarda ise bir parça yada en fazla 20 kg'lık ilave bagaj hakkı verilmektedir. Gold ve Diamond üyelere Star Alliance yolcu salonlarından faydalanabilme hakkı da verilmektedir. SAS ve Wideroe ile gerçekleştirilen uçuşlarda %25 daha fazla puan kazanma imkanı Gold ve Diamond üyelere verilmektedir.

Bu sadakat programında Gold ve Diamond üyelere ayrıca öncelikli bagaj dağıtımı ve boarding, 24 saat destek hattı, önceden koltuk seçebilme hakkı, SAS akıllı pass, SAS veya Wideroe ile hareketten 24/48 saat önce yer garantili rezervasyon hakkı da verilmektedir.

<http://www.flysas.com/en/eurobonus/about-eurobonus/membership-levels/> (Erişim Tarihi: 06.02.2016)

### **Shenzhen Havayolları**

Air China'nın iştiraki olan Shenzhen Havayolları tarafından da daha önceden detaylı bir şekilde anlatılmış olan Phoenix Miles sadakat programı kullanılmaktadır.

### **Singapur Havayolları**

“Sizin sadakatiniz bizce dünya demektir” sloganından yola çıkarak Singapur Havayolları *KrisFlyer* adında bir müşteri sadakat programını müşterilerine sunmaktadır. Singapur Havayolları, SilkAir ve aralarında Star Alliance üye havayollarının da olduğu 30'dan fazla dünya klasmanında olan ortaklardan puan kazanabilme imkanı mevcuttur.

Puan kazanabilmek için sadece uğma zorunluluğunun olmadığı bu sadakat programı üyelerine 170'den fazla havayolu dışında kurumsal ortakla otel konaklamaları, araba kiralamaları, kredi kartı ile alışveriş yapma yada dünyanın herhangi bir yerinden eve telefon açılması durumunda dahi müşterilerine ekstra mil kazanabilme şansı vermektedir. Tüm dünyada 2000'den fazla lider markalarla KrisFlyerSpree üzerinden yapılan alışverişlerde harcanan her bir dolar için 1.5 KrisFlyer mili kazanma imkanı söz konusudur.

KrisFlyer yada PPS Club üyelik kartlarıyla uçulmasa bile tüm yıl boyunca Boarding Pass ayrıcalıklarından faydalanabilme imkanı söz konusudur.

*KrisFlyer* sadakat programında 25.000 elite mil kazanıldığında *KrisFlyer Elite Silver* seviyeye ulaşılmaktadır. Bu üyelik yükselmesinde tüm kazanılacak puanların %25 daha fazla kazanılması durumu ve birtakım öncelikler söz konusudur.



Singapur Havayolları, SilkAir yada herhangi bir Star Alliance üyesi havayolu ile gerçekleştirilmesi planlanan dolu bir uçuşta bekleme listesinde öncelik verilmektedir. Son dakika değişikliklerde de konfirme edilmeyen bir rezervasyon sözkonusu olduğunda havaalanı bekleme listesinde de öncelik sağlanmaktadır *KrisFlyer Elite Silver* üyeleri için. Bu üyelik seviyesindeki üyeler, başkaları için mil kullanacakları durumlarda yapacakları değişiklikler için KrisFlyer hizmetlerinden % 50 indirimli faydalanabilmektedir.

50.000 Elite mil biriktiren üyeler *KrisFlyer Elite Gold* üyelik seviyesine yükselmektedir. Elite mil sadece uçuşlar vesilesiyle kazanılan millere işaret etmektedir. Dünya üzerinde binden fazla yolcu salonundan *KrisFlyer Elite Gold* üyeler faydalanabilmektedir. Öncelikli check-in, biniş, bagaj teslimatı ve ilave bagaj hakkı *KrisFlyer Elite Gold* üyelere sağlanmaktadır. Bu üyelik seviyesindeki üyeler, başkaları için mil kullanacakları durumlarda yapacakları değişiklikler için KrisFlyer hizmetlerinden ücretsiz faydalanabilmektedir.



**Şekil 29: Singapur Havayolları Öncelikli Biniş Tabelası**

Erişim Tarihi: 04.05. 2016)

### **South African Airways (SAA) Güney Afrika Havayolları**

Güney Afrika Havayolları'nın müşterilerine sunduğu sık uçan yolcu programının adı *Voyager Frequent Flyer Programme*'dir. Güney Afrika Havayolları ve günden güne artan ortak kuruluşları ile gerçekleşen uçuşlarda mil kazanabilen müşteriler üç takvim yılı içinde ödüllerden faydalanabilmektedir. Bu sadakat programının seviyelerini Blue, Silver, Gold, Platinum ve Lifetime Platinum olarak sıralamak mümkündür. Programda üyelik seviyesi arttıkça sunulan ayrıcalıklar da artmaktadır.

SAA, Star Alliance, SA Express, Airlink ve Swaziland Airlink uçuşlarında mil kazanılabilmekte ve kazanılan milletin miktarına göre de seviyeler artmaktadır.

*Voyager* programındaki seviyelere göre sağlanan üyelik avantajlarını şu şekilde sıralamak mümkündür: Temel başlangıç seviyesi olan *Blue* üyelikten *Silver* üyeliğe yükselmek için bir yıl içinde 30.000 mil kazanılması gerekmektedir ve üyelik seviyesinin devam edebilmesi için üyelik için minimum kazanılması gereken millerin % 95'ini kazanmak gerekmektedir. Gold üyelik seviyesine yükselmek için 60.000 mil ve üyelik seviyesinin devam edebilmesi için üyelik için minimum kazanılması gereken millerin % 95'ini kazanmak gerekmektedir. Platinum üyelik seviyesine çıkabilmek için ise 120.000 mil kazanılması gerekmektedir ve üyelik seviyesinin devam edebilmesi için üyelik için minimum kazanılması gereken millerin % 95'ini kazanmak gerekmektedir. 5 yıl boyunca Gold üyelik seviyesinde olan üyeler de Platinum seviyeye yükselmektedir. 6 yıl boyunca Platinum üyeliğini sürdürebilen yada en az 4 yıl boyunca 720.000 mil kazanan üyeler Lifetime Platinum üyelik seviyesine yükselmektedir.

Silver üyeler üyelik statülerinden dolayı %25, Gold üyeler %50, Platinum üyeler %75, Lifetime Platinum üyeler %100 ilave mil kazanmaktadır. Havalimanlarında bekleme listesinde, boarding ve bagaj teslim sırasında üyelik seviyelerine göre öncelik sırası belirlenmektedir. Silver üyelerin sadece kendilerine biniş önceliği verilirken, Gold üyelerin yanında bir misafirleriyle, Platinum üyelerin yanlarında iki misafirleriyle ve Lifetime Platinum üyelerin ise üç misafirleriyle öncelikli biniş hakkı söz konusudur. Silver ve Gold üyelere ilave bir adet 23 kilogramı geçmeyecek şekilde bagaj hakkı verilmektedir. Platinum üyelere ilave bir adet 32 kilogramı geçmeyecek şekilde bagaj hakkı verilirken, Lifetime Platinum üyelere ilave iki adet 32 kilogramı geçmeyecek şekilde bagaj hakkı verilmektedir.

SAA'ye ait olan yolcu salonlarından Silver üyelerin kendileri faydalanabilirken, Gold üyeler yanlarında bir misafir, Platinum üyeler iki misafir ve Lifetime Platinum üyeler üç misafir getirebilmektedir. Platinum ve Lifetime Platinum üyelere ödül upgrade kullanımında ücretsiz değişim hakkı verilmektedir ve ücretsiz şoförle transfer hizmeti de sağlanmaktadır.

[http://www.flysaa.com/za/en/voyager/AboutVoyager/flysaa\\_VoyagerTierStatusAndBenefits.html](http://www.flysaa.com/za/en/voyager/AboutVoyager/flysaa_VoyagerTierStatusAndBenefits.html) ( Erişim Tarihi: 07.09.2015)

### **Swiss International Air Lines (SWISS)**

Swiss Havayolları daha önce detayları ifade edilmiş olan Lufthansa meşseili Miles&More kartı müşteri sadakat programı kapsamında yolcularına sunmaktadır.

## TAP Portugal

TAP Portugal Havayolları *Victoria* adında müşteri sadakat programını müşterilerine sunmaktadır. Sadece havayolu anlaşmalı havayolları ile değil, aynı zamanda otel, araç kiralama ve alışveriş merkezleri gibi birçok kuruluşla da gerçekleştirilecek alışverişlerde müşteriler mil puan kazanabilmektedir. Star Alliance üyesi havayolları ile de gerçekleşen uçuşlarda mil kazanılabildiği gibi bu havayolları ile gerçekleşecek uçuşlarda da birtakım indirim, ücretsiz bilet ve upgrade imkanı gibi ayrıcalıklardan faydalanılabilmektedir.

Temel üyelik seviyesi olan *Victoria Miles*'dan itibaren 12 yaşın üstündeki müşteriler ödül biletlere, tek yön ödül biletlere, çocuk biletlerine, upgrade hakkına, dünya genelinde gidiş geliş biletlerine, özel fırsatlar ve promosyonlara ve doğumgünü ayında özel bir hediyeye sahip olabilmektedir. 2 ile 11 yaş arasındaki müşterilerin de gözardı edilmediği programda *Flip&Flap Little Explorer* programıyla milleri farklı ürün ve hizmetlere çevirebilme, özel fırsat ve daha küçük yolcular için avantajlar, yarışmalar ve eğlenceli oyunlar ve mil statüsünün ayrıcalıklarına erişebilme imkanı sunulmaktadır.

Temel üyelik seviyesi olan *Victoria Miles* seviyesinden *Victoria Silver* seviyesine yükselmek için 12 ay içinde 30.000 ile 69.999 statü mil biriktirmek ya da TAP ile 25 uçuş segmenti gerçekleştirmek gerekmektedir.

Silver üyelikte devam edebilmek için ise, 20.000 statü mil biriktirmek ya da TAP ile 15 uçuş segmenti gerçekleştirmek gerekmektedir.

*Silver* üyelere sağlanan ayrıcalıkları şu şekilde sıralamak mümkün olabilir:

- %25 ilave mil kazanabilme,
- Öncelikli check-in,

- TAP özel kontuar hizmetleri,
- Herhangi bir düzensizlik halinde bile koltuk hakkı koruması,
- Gazete ve dergi,
- Bekleme listesinde öncelik,
- Biniş sırasında öncelik,
- Koltuk tercih önceliği,
- Daha fazla bagaj hakkı,
- Bagaj teslimatında öncelik,
- Özel teklifler ve promosyonlar,
- Doğum gününün olduğu ay içinde özel bir hediye

*Gold* üyelere sağlanan ayrıcalıkları şu şekilde sıralamak mümkün olabilir:

- %50 ilave mil kazanabilme,
- Arkadaşa da indirimli bilet imkanı,
- Star Alliance bünyesinde de öncelikli check-in,
- Herhangi bir düzensizlik halinde bile koltuk hakkı koruması,
- Gazete ve dergi,
- Lizbon'da Park ve ValetXpress hizmetleri,
- Belli başlı bazı servis bedellerinde muafiyet,
- Bekleme listesinde öncelik,
- Biniş sırasında öncelik,
- Koltuk tercih önceliği,
- Daha fazla bagaj hakkı,
- Bagaj teslimatında öncelik,

- Özel teklifler ve promosyonlar,
- Doğum gününün olduğu ay içinde özel bir hediye

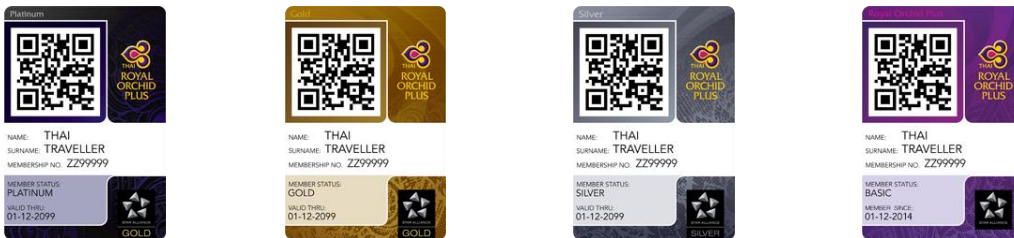


**Şekil 30: TAP Havayolları Victoria Sadakat Programı Üyelik Kartları**

<http://www.flytap.com/Portugal/en/Victoria/partners/star-alliance> (Erişim Tarihi: 07.03.2016)

## Thai Airways

Thai Havayollarının müşterilerine sunduğu sadakat programı *Royal Orchid Plus*'tır ve dört üyelik seviyesi ile müşterilerine ayrıcalıklar sunmaktadır. Bu seviyeler Basic, Silver, Gold ve Platinum'dur ve Thai ve Star Alliance üyesi havayollarından elde edilecek miller bu program kapsamında kullanılabilir.



**Şekil 31: Thai Royal Orchid Plus Müşteri Sadakat Programı Seviyeleri**

- Gold ve Platinum üyelere Tayland'daki THAI irtibat merkezini 7 gün 24 saat arayabilmeleri ve öncelikli hizmet verilmesi sağlanmaktadır.
- Tamamen dolu olan uçaklarda bile Silver, Gold ve Platinum üyelere bekleme listesinde öncelik sağlanmaktadır.
- Gold ve Platinum üyelere THAI rezervasyonu aramaları durumunda ekonomi sınıfta yer garantili uçuş imkanı sağlanmaktadır.
- Gold ve Platinum üyelere özel kontuarda check-in imkanı sağlanmaktadır.
- Silver, Gold ve Platinum üyelere bagaj dağıtımı önceliği sağlanmaktadır ve Silver üyeler için 10 kg ilave bagaj hakkı, Gold üyelere 20 kg, Platinum üyelere ise 30 kg ilave bagaj hakkı verilmektedir.
- Gold ve Platinum üyelere öncelikli güvenlik kontrol hizmeti verilmektedir.
- Thai'nin uluslararası uçuşlarında aynı gün içerisinde bir misafirleri de beraberinde olacak şekilde, Gold ve Platinum üyelere Royal Silk Class yolcu salonunu kullanma imkanı verilmektedir.
- Platinum üyelere Thai'nin uluslararası uçuşlarında aynı gün içerisinde bir misafirleri de beraberinde olacak şekilde, Royal First Class yolcu salonunu kullanma imkanı verilmektedir.
- Gold ve Platinum üyelere öncelikli biniş hakkı verilmektedir.
- Silver üyeliğe ulaşabilmek ve üyeliğin devam edebilmesi için 3000 mil, Gold üyeliğe ulaşabilmek ve üyeliğin devam edebilmesi için 5000 mil ve Platinum üyeliğe ulaşabilmek ve üyeliğin devam edebilmesi için 10000 mil kazanılması gerekmektedir.
- Tüm üyelik seviyelerindeki üyeler için üye hizmet merkezi yardımı sağlanmaktadır.
- Gold ve Platinum üyelere e-mail yoluyla destek sağlanmaktadır.
- Gold ve Platinum üyelere THAI havayolları ile gidiş dönüş ücretsiz upgrade imkanı verilmektedir.

- Gold ve Platinum üyelere yıllık indirimli ödülleri sağlanmaktadır.
- Platinum üyelere Royal Orchid Plus hizmetleri ücretsiz olarak verilmekte ve mevcut millerinin son kullanma zamanı hiç geçmemektedir.

[http://www.thaiairways.com/en\\_TH/rop/Status\\_Benefits/BenefitStatus-01.page](http://www.thaiairways.com/en_TH/rop/Status_Benefits/BenefitStatus-01.page)

(Erişim

Tarihi: 08.12.2015)

## **Türk Hava Yolları**

Türk Hava Yolları'nda Miles&Smiles müşteri sadakat programı uygulanmaktadır. Bu programda dört üyelik seviyesi bulunmaktadır. Bunlar; Klasik Kart, Klasik Plus Kart, Elite Kart ve Elite Plus Kart üyelik seviyeleridir. Miles&Smiles üyeliği başlamasına müteakip gerçekleştirilen ilk uçuş sonrasında üyeye ilk olarak Miles&Smiles Klasik Kart üyelik kartı gönderilmektedir.

Klasik Kart üyelerinin faydalanabileceği ayrıcalıklar şu şekilde sıralanabilir:

- Türk Hava Yolları, Star Alliance üye havayollarının haricinde birçok program ortağı şirket, otel ve araç kiralama şirketleri ile yapılan alışverişlerde mil kazanılabilmektedir. 30 Amerikan doları ödeyerek 1000 bonus mil satın alabilme hakkı verilmektedir ve bir yıl içinde 5000'e kadar mil satın alınabilmektedir.
- Geçerlilik süresi dolmak üzere olan millerin süresinin uzatılması da ek bir ödeme ile mümkündür.
- Miles&Smiles kredi kartı sahibi olanların yapacakları harcamalardan da mil kazanma imkanı bulunmaktadır.
- Klasik Kart sahipleri Türkiye'deki havaalanlarında yer alan kiosklarda hızlı bir şekilde kendi check-in işlemlerini yapabilmektedir.



- Miles&Smiles üyesi olmayanlara göre Klasik kart sahiplerine rezervasyon ve bekleme listesinde daha da öncelik sağlanmaktadır.
- Miles&Smiles üyelerine, anlaşmalı araç kiralama şirketlerinden indirimli araç kiralama imkanı verilmektedir.
- Miles&Smiles üyelil bilgileri kapsamında, üye numarası bildirildiği zaman diyet yada özel yemek tercihi de dikkate alınmaktadır.
- Uçağın durumuna göre son dakika business sınıfa upgrade imkanı Miles&Smiles Klasik Kart üyelerine de sağlanmaktadır.
- Star Alliance bünyesindeki havayolları ile gerçekleştirilen uçuşlarla da statü mil kazanıp, harcayabilme imkanı söz konusudur.

Birbirini takip eden 12 ay içinde 25.000 statü mile ulaşılması durumunda Klasik Plus üyelik seviyesine erişilmektedir ve Klasik Plus kart iki yıl geçerlidir. Üyeliğin tekrardan yenilenmesi yada devam edebilmesi için üyeler ya ilk yıl içinde 17.000 yada 2 yıl içinde 35.000 statü mil kazanmalıdır. Aksi takdirde üyelik seviyesi “Klasik” olarak yenilenmektedir.

Miles&Smiles Klasik Plus üyelerinin faydalanabileceği ayrıcalıklar şu şekilde sıralanabilir:

- Türk Hava Yolları, Star Alliance üye havayollarının haricinde birçok program ortağı şirket, otel ve araç kiralama şirketleri ile yapılan alışverişlerde mil kazanılabilmektedir. 30 Amerikan doları ödeyerek 1000 bonus mil satın alabilme hakkı verilmektedir ve bir yıl içinde 10.000’e kadar mil satın alınabilmektedir.
- Geçerlilik süresi dolmak üzere olan millerin süresinin uzatılması da ek bir ödeme ile mümkündür.
- Miles&Smiles kredi kartı sahibi olanların yapacakları harcamalardan da mil kazanma imkanı bulunmaktadır.

- Klasik Plus Kart sahipleri Türkiye'deki havaalanlarında yer alan kiosklarda hızlı bir şekilde kendi check-in işlemlerini yapabilmektedir.
- Miles&Smiles üyesi olmayanlara ve Klasik kart üyelerine nazaran Klasik Plus kart sahiplerine rezervasyon ve bekleme listesinde daha da öncelik sağlanmaktadır.
- Türkiye iç hat uçuşlarında Klasik Plus kart sahiplerine business kontuarda check in işlemi yaptırabilme imkanı sağlanmaktadır.
- Ekonomi sınıftaki uçuşlarında bile Klasik Plus üyeler Türkiye'deki iç hatlar CİP yolcu salonlarından ücretsiz faydalanabilmektedir.
- Miles&Smiles üyelerine, anlaşmalı araç kiralama şirketlerinden indirimli araç kiralama imkanı verilmektedir.
- Miles&Smiles üyelik bilgileri kapsamında, üye numarası bildirildiği zaman diyet yada özel yemek tercihi de dikkate alınmaktadır.
- Uçağın durumuna göre son dakika business sınıfa upgrade imkanı Miles&Smiles Klasik Plus Kart üyelerine de sağlanmaktadır.
- Star Alliance bünyesindeki havayolları ile gerçekleştirilen uçuşlarla da statü mil kazanıp, harcayabilme imkanı söz konusudur.
- Seyahat edilen kabinin sağlamış olduğu bagaj haklarına ilaveten, hem iç hat hem de dış hat uçuşlarında Klasik Plus Kart üyelerine 10 kg ilave bagaj hakkı verilmektedir.
- Klasik Plus Kart üyelerin bagajlarına iliştilirilecek olan etiketle öncelikli bagaj teslim alabilmelerine de imkan sağlanmaktadır.
- Miles&Smiles Klasik Plus üyelik seviyesi Star Alliance Silver seviyeye eşittir.
- Aile üyelerinin kazanacağı miller "aile milleri" adı altında ortak bir havuzda Klasik Kart üyelerin hizmetine sunulmakta ve bu miller de harcanabilmektedir.

Klasik Plus Kart sahiplerinin birbirini takip eden 12 ay içinde 40.000 statü mile ulaşmaları durumunda Elite üyelik seviyesine erişilmektedirler ve Elite kart iki yıl geçerlidir. Üyeliğin tekrardan yenilenmesi yada devam edebilmesi için Türkiye’de ikamet eden üyeler, ya ilk yıl içinde 30.000 yada 2 yıl içinde 45.000 statü mil kazanmalıdır. Türkiye’nin dışında ikamet eden üyeler ya ilk yıl içinde 25.000 yada iki yıl içinde 37500 statü mil kazanmalıdır. Aksi takdirde üyelik seviyesi “Klasik Plus” olarak yenilenmektedir.

Miles&Smiles Elite üyelerinin faydalanabileceği ayrıcalıklar şu şekilde sıralanabilir:

- Türk Hava Yolları, Star Alliance üye havayollarının haricinde birçok program ortağı şirket, otel ve araç kiralama şirketleri ile yapılan alışverişlerde mil kazanılabilmektedir. 30 Amerikan doları ödeyerek 1000 bonus mil satın alabilme hakkı verilmektedir ve bir yıl içinde 10.000’e kadar mil satın alınabilmektedir.
- Geçerlilik süresi dolmak üzere olan millerin süresinin uzatılması da ek bir ödeme ile mümkündür.
- Miles&Smiles kredi kartı sahibi olanların yapacakları harcamalardan da mil kazanma imkanı bulunmaktadır.
- Elite Kart sahipleri Türkiye’deki havaalanlarında yer alan kiosklarda hızlı bir şekilde kendi check-in işlemlerini yapabilmektedir.
- Miles&Smiles üyesi olmayanlara ve Klasik kart, Klasik Plus kart üyelerine nazaran Elite kart sahiplerine rezervasyon ve bekleme listesinde daha da öncelik sağlanmaktadır.
- Türkiye iç hat uçuşlarında ve uluslararası uçuşlarda Elite kart sahiplerine business kontuarda check in işlemi yaptırabilme imkanı sağlanmaktadır.
- Ekonomi sınıftaki uçuşlarında bile Elite üyeler Türkiye’deki iç hatlar ve uluslararası CİP yolcu salonlarından yanlarında seyahat edecek bir diğer misafirle birlikte ücretsiz faydalanabilmektedir.

- Miles&Smiles üyelerine, anlaşmalı araç kiralama şirketlerinden indirimli araç kiralama imkanı verilmektedir.
- Miles&Smiles üyelik bilgileri kapsamında, üye numarası bildirildiği zaman diyet yada özel yemek tercihi de dikkate alınmaktadır.
- Elite Kartlı yolcular için özel müşteri hizmetleri telefon hattı da üyelere hizmet vermektedir.
- Uçağın durumuna göre son dakika business sınıfa upgrade imkanı Miles&Smiles Elite Kart üyelerine de sağlanmaktadır ve üyenin mil puanlarından kullanılarak yanında seyahat eden bir başka misafir için de uçaktaki yer durumunun müsaitliğine göre business sınıfa upgrade sağlanmaktadır.
- Star Alliance bünyesindeki havayolları ile gerçekleştirilen uçuşlarla da statü mil kazanıp, harcayabilme imkanı söz konusudur.
- Seyahat edilen kabinin sağlamış olduğu bagaj haklarına ilaveten, hem iç hat hem de dış hat uçuşlarında Elite Kart üyelerine 20 kg ilave bagaj hakkı verilmektedir.
- Elite Kart üyelerin bagajlarına iliştilerecek olan etiketle öncelikli bagaj teslim alabilmelerine de imkan sağlanmaktadır.
- Miles&Smiles Elite üyelik seviyesi Star Alliance Gold seviyeye eşittir.
- Aile üyelerinin kazanacağı miller “aile milleri” adı altında ortak bir havuzda Klasik Kart üyelerin hizmetine sunulmakta ve bu miller de harcanabilmektedir.
- Business sınıfta gerçekleştirilecek uçuşları için Elite yolculara %175 ilave mil kazanabilme ayrıcalığı sağlanmaktadır.
- Elite üyenin yanında gidiş dönüş bacakları aynı olacak şekilde seyahat edecek bir misafirin business sınıf bilet fiyatında %50 indirim uygulanmaktadır.

Miles&Smiles müşteri sadakat programının zirvesi olarak nitelenecek seviyesi Elite Plus Kart üyeliğidir.

Elite Kart sahiplerinin birbirini takip eden 12 ay içinde 80.000 statü mile ulaşmaları durumunda Elite Plus üyelik seviyesine erişilmektedirler ve Elite Plus kart iki yıl geçerlidir.

Üyeliğin tekrardan yenilenmesi yada devam edebilmesi için, ya ilk yıl içinde 40.000 yada 2 yıl içinde 60.000 statü mil kazanılmalıdır. Aksi takdirde üyelik seviyesi “Elite” olarak yenilenmektedir.

Miles&Smiles Elite Plus üyelerinin faydalanabileceği ayrıcalıklar şu şekilde sıralanabilir:

- Türk Hava Yolları, Star Alliance üye havayollarının haricinde birçok program ortağı şirket, otel ve araç kiralama şirketleri ile yapılan alışverişlerde mil kazanılabilmektedir. 30 Amerikan doları ödeyerek 1000 bonus mil satın alabilme hakkı verilmektedir ve bir yıl içinde 10.000’e kadar mil satın alınabilmektedir.
- Geçerlilik süresi dolmak üzere olan millerin süresinin uzatılması da ek bir ödeme ile mümkündür.
- Miles&Smiles kredi kartı sahibi olanların yapacakları harcamalardan da mil kazanma imkanı bulunmaktadır.
- Elite Plus Kart sahipleri Türkiye’deki havaalanlarında yer alan kiosklarda hızlı bir şekilde kendi check-in işlemlerini yapabilmektedir.
- Miles&Smiles üyesi olmayanlara ve Klasik kart, Klasik Plus, Elite kart üyelerine nazaran Elite Plus kart sahiplerine rezervasyon ve bekleme listesinde daha da öncelik sağlanmaktadır. 72 saat öncesinden işlem yapılması kaydıyla Elite Plus yolcular için uçuşlarda yer muhafaza edilmektedir.
- Türkiye iç hat uçuşlarında ve uluslararası uçuşlarda Elite Plus kart sahiplerine business kontuarda check in işlemi yaptırabilme imkanı sağlanmaktadır.

- Ekonomi sınıftaki uçuşlarında bile Elite Plus üyeler Türkiye'deki iç hatlar ve uluslararası CIP yolcu salonlarından yanlarında seyahat edecek bir diğer misafirle birlikte ücretsiz faydalanabilmektedir.
- Miles&Smiles üyelerine, anlaşmalı araç kiralama şirketlerinden indirimli araç kiralama imkanı verilmektedir.
- Miles&Smiles üyelik bilgileri kapsamında, üye numarası bildirildiği zaman diyet yada özel yemek tercihi de dikkate alınmaktadır.
- Elite Plus Kartlı yolcular için özel müşteri hizmetleri telefon hattı da üyelere hizmet vermektedir.
- Uçağın durumuna göre son dakika business sınıfa upgrade imkanı Miles&Smiles Elite Plus Kart üyelerine de sağlanmaktadır ve üyenin mil puanlarından kullanılarak yanında seyahat eden bir başka misafir için de uçaktaki yer durumunun müsaitliğine göre business sınıfa upgrade sağlanmaktadır.
- Star Alliance bünyesindeki havayolları ile gerçekleştirilen uçuşlarla da statü mil kazanıp, harcayabilme imkanı söz konusudur.
- Seyahat edilen kabinin sağlamış olduğu bagaj haklarına ilaveten, hem iç hat, hem de dış hat uçuşlarında Elite Plus Kart üyelerine 25 kg ilave bagaj hakkı verilmektedir.
- Elite Plus Kart üyelerin bagajlarına ilıştırilecek olan etiketle öncelikli bagaj teslim alabilmelerine de imkan sağlanmaktadır.
- Miles&Smiles Elite Plus üyelik seviyesi Star Alliance Gold seviyeye eşittir.
- Aile üyelerinin kazanacağı miller "aile milleri" adı altında ortak bir havuzda Elite Plus üyelerin hizmetine sunulmakta ve bu miller de harcanabilmektedir.
- Business sınıfta gerçekleştirilecek uçuşları için Elite Plus yolculara %175 ilave mil kazanabilme ayrıcalığı sağlanmaktadır.

- Elite Plus üyenin yanında gidiş dönüş bacakları aynı olacak şekilde seyahat edecek bir misafirin business sınıf bilet fiyatında %50 indirim uygulanmaktadır.
- Elite Plus üyelik yılı içinde iki adet ücretsiz upgrade hakkı hiçbir mil harcamasızın verilmektedir. Ekonomi sınıfta alınan biletler business sınıfa upgrade edilirken, ödemesi yapılan ekonomi sınıf üzerinden üyeye ilaveten mil puan verilmektedir.
- Elite Plus Kart sahipleri, istedikleri maksimum üç kişiyi “Elite” kart statüsüne dahil edebilmektedir. Bu işlemin yapılabilmesi için Elite Plus üye kişi başı 40.000 bonus mil vermek durumundadır. Bu miller üyenin toplam mil hesabından düşerken statü millerde bir değişiklik olmamaktadır.

Miles&Smiles programı kapsamında yukarıda belirtilen tüm üyelik seviyelerinde, Miles&Smiles müşteri sadakat programının bir parçası olarak Shopandmiles.com websitesi de miller üzerinden uygun biçimde alışveriş yapılabilecek bir imkan sağlamaktadır.



Şekil 32: Shopandmiles websitesi görüntüsü

<http://shopandmiles.com/> (Erişim Tarihi: 04.05.2016)

## **United Airways**

United Havayolları'nın müşterilerine sunduğu sadakat programının adı MileagePlus'dır. Premium Silver, Premium Gold ve Premium Platinum üyelik seviyeleri bulunmaktadır.

MileagePlus programında, Premium Gold ve Premium Platinum üyelere uçuştan 24 saat öncesine kadar ekonomi plus koltukları rezerve edebilme imkanı sağlanmaktadır. 2012 senesinde başlayan yeni uygulama ile üyeler bazı eleştirilere sebebiyet veren değişikliklerle karşılaşmıştır. Premium Silver üyelerin de uçuştan 24 saat öncesine kadar ekonomi plus koltukları rezerve edebilme imkanları daha önceden olmasına rağmen, 2012 senesindeki bu değişiklikle bu hakları ellerinden alınmıştır. Üst seviyelerdeki üyeler dahi upgrade bekleme listesinde yer alırken \$69 gibi rakamlara check-in sırasında diğer yolculara upgrade imkanı sağlanmıştır.

*Premier Silver* üyelik seviyesi beraberinde Star Alliance Silver statünün ayrıcalıklarını da getiren bir üyelik seviyesi olup, bir takvim yılı içinde 25.000 mil kazanılması yada 30 uçuş segmenti gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Ayrıca %25 ilave bonus mil kazanma hakkı bu statüde sağlanmaktadır.

*Premier Gold* üyelik seviyesi beraberinde Star Alliance Gold statünün ayrıcalıklarını da getiren bir üyelik seviyesi olup, bir takvim yılı içinde 50.000 mil kazanılması yada 60 uçuş segmenti gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

*Premier Platinum* üyelik seviyesi beraberinde Star Alliance Gold statünün ayrıcalıklarını da getiren bir üyelik seviyesi olup, bir takvim yılı içinde 75.000 mil kazanılması yada 90 uçuş segmenti gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

*Premier 1K* üyelik seviyesi beraberinde Star Alliance Gold statünün ayrıcalıklarını da getiren bir üyelik seviyesi olup, bir takvim yılı içinde 100.000 mil kazanılması yada 120 uçuş segmenti gerçekleştirilmesi gerekmektedir.



Amerika’da yaşayanlar da PQD (Premier Qualifying Dollars) seviyesinde Amerikan doları bazında harcama yapmaları gerekmektedir. Premier Silver üyelik için 3000, Premier Gold için 6000, Premier Platinum için 9000 ve Premier 1K için 12000 dolar tutarında harcama yapılması gerekmektedir.

<https://www.united.com/web/en-US/content/mileageplus/premier/qualify.aspx> (Erişim Tarihi: 02.04.2016)

## **2.5.2. Skyteam Üyesi Havayollarının Kullandıkları Müşteri Sadakat Programları**

### **Aeroflot Havayolları**

Rusya’nın Aeroflot havayolları sık uçan yolcu programı olarak müşterilerine sunduğu sadakat programı *Aeroflot Bonus*’dur. *Aeroflot Bonus* üyeler kendileri, aileleri ve arkadaşları adına seyahat ödülleri kazanabilmektedir. Upgrade için mil kullanabilmektedir. Aeroflot ile gerçekleşen tüm uçuşlarda minimum 500 mil kazanabilmektedir. Business sınıfta gerçekleştirdikleri uçuşlarda ilave mil kazanabilme hakkına sahiptir. Aeroflot Bonus anlaşmalı kurum ve kuruluşlardan da mil kazanabilme imkanı söz konusudur.

Üyelik seviyeleri Silver, Gold ve Platinum’dur. Sky Team üyelik seviyelerinde Silver üyelik Elite üyeliğe, Gold ve Platinum üyelik ise Elite Plus üyelik seviyesine eşit olup, bu kapsamdaki haklardan faydalanılabilmektedir. Aeroflot Bonus Silver üyelik seviyesine ulaşabilmek için 25.000 mil kazanmak yada 25 uçuş segmenti gerçekleştirmek gerekmektedir.

Gold üyelik seviyesine ulaşabilmek için 50.000 mil kazanmak yada 50 uçuş segmenti gerçekleştirmek gerekmektedir ve Platinum üyelik seviyesine ulaşabilmek için 125.000 mil kazanmak yada 50 business sınıf uçuş segmenti gerçekleştirmek gerekmektedir.

Gold ve Platinum üyelere hem Aeroflot hem de Sky Team uçuşlarında Rusya'daki ve uluslararası havaalanlarında yolcu salonlarından yanlarında bir misafirleriyle faydalanabilme imkanı sağlanmaktadır.

Silver üyelere Aeroflot ile gerçekleştirecekleri uçuşlarda öncelikli check-in imkanı sağlanmaktadır.

Gold ve Platinum üyelere hem Aeroflot hem de Sky Team üyesi havayollarıyla yaptıkları uçuşlarda öncelikli check-in, güvenlik kontrolü geçişi, uçağa binış, bilet ve transfer masalarında öncelikli hizmet imkanı, öncelikli bagaj teslim alma hakkı sağlanmaktadır. Silver ve Gold üyelere 1'er adet ilave bagaj hakkı sağlanmaktadır. Platinum üyelere ise Aeroflot ile gerçekleştirdikleri uçuşlarda ilave 2 adet, Sky Team üyesi havayollarıyla yaptıkları uçuşlarda ise ilave 1 adet bagaj hakkı verilmektedir. Silver, Gold ve Platinum üyelerin öncesinden ekonomi sınıfta koltuk rezerve edebilme hakkı bulunmaktadır. Ekonomi sınıfta daha geniş hacimli olan koltuk tercihi yapabilmek için Silver üyelere %50 indirimli hizmet bedeli öderlerken, Gold ve Platinum üyelere bu imkan ücretsiz olarak sağlanmaktadır.

Gold ve Platinum üyeler hem Aeroflot, hem de Sky Team üyesi havayollarıyla yapacakları tamamen dolu uçuşlarda bile yer garantili rezervasyon hakkına sahiptir. Gold üyeler uçuştan 24 saat öncesinde ekonomi sınıftan yer garantili koltuk hakkına sahip olabilirken, Platinum üyelere ilave olarak uçuştan 72 saat öncesinden business sınıfta yer garantili koltuk imkanı sağlanmaktadır. Hem Aeroflot, hem de Sky Team üyesi havayollarıyla yaptıkları uçuşlarda Silver üyelere %25, Gold üyelere %50, Platinum üyelere %75 ilave bonus mil hakkı verilmektedir.

Aeroflot uçuşlarında Silver üyelere yılda bir adet, Gold üyelere iki adet ve Platinum üyelere dört adet iki kat mille ödül bilet sağlanmaktadır (1 mil 2 mil yerine değer katılarak ayrıcalık sağlanmaktadır.) Ödül bilet kullanımında yetersiz mil olduğunda Silver üyelere 2.000 mil, Gold üyelere 5.000 mil ve Platinum üyelere 10.000 mil kredi olarak sağlanmaktadır.

## **Aeromexico**

Aeromexico Havayollarının müşteri sadakat programı *Club Premier*'dir. Latin Amerika'nın ilk sık uçan yolcu programı olan Club Premier'da üyeler Aeromexico, Aeromexico Connect ve tüm SkyTeam üyesi havayolları uçuşlarından mil kazanabilmektedir. Program dahilinde üç üyelik seviyesi bulunmaktadır.

Gold üyelik seviyesine 50.000 mil kazanılması durumunda ulaşabilmektedir. Bu üyelik seviyesinin sağladığı bazı ayrıcalıklar şunlardır:

Ücretsiz bireysel yada arkadaş upgrade işlemleri,

Hangi noktaya seyahat edilirse edilsin %25 ilave bonus puan,

Özel Aeromexico Clase Premier ve Skyteam check-in kontuarlarında işlem yaptırabilme imkanı.

Bir üst üyelik seviyesi olan Platinum üyelik için 80.000 mil kazanılması gerekmektedir. Bu üyelik seviyesinin sağladığı bazı ayrıcalıkları şu şekilde sıralamak mümkündür:

Ücretsiz bireysel yada arkadaş upgrade işlemleri,

Hangi noktaya seyahat edilirse edilsin %50 ilave bonus puan,

Uçuştan 72 saat öncesine kadar puan kullanarak ya da ücretsiz upgrade hakkı,

Özel Aeromexico Clase Premier ve Skyteam check-in kontuarlarında işlem yaptırabilme imkanı.

*Club Premier* sadakat programı kapsamında 100.000 mile ulaşan müşteriler Titanium seviyeye yükselmektedir. En yüksek ve ayrıcalıklı seviye olan Titanium seviyede uçuştan 96 saat öncesine kadar ücretsiz upgrade yapılma hakkı vardır.

Hangi noktaya seyahat edilirse edilsin %100 ilave bonus puan kazanılmaktadır. Salon Premiere bağlı olan VIP yolcu salonlarına öncelikli giriş imkanı sunulmaktadır.



**Şekil 33: Club Premier Sadakat Program Seviyeleri**

<http://www.clubpremier.com/us/about-us/levels/> (Erişim Tarihi 22.04.2016)

## **Air Europa**

Air Europa'nın müşterilerine sunmuş olduğu sadakat programının adı SUMA'dır.

Dünya üzerinde 50'den fazla noktada uçuş ağı bulunan Air Europa'nın müşteri sadakat programı otel konaklama ve araç kiralama sırasında da ayrıcalıklar sunmaktadır.

Uçak bileti için ödenen her 1 Euro için 2 mil ödül sunulmaktadır. Sadece Air Europa uçuşlarında değil, SkyTeam üyesi havayolları ile gerçekleştirilen uçuşlarda da mil kazanılabildiği gibi anlaşmalı kurumlardan alınacak hizmetler yada ürünlerden de mil kazanılabilmektedir.

Başlangıç üyelik seviyesi olan SUMA temel seviyesinden sonra Silver, Gold ve Platinum seviyeler yer almaktadır. 18.000 mil kazanılması yada 14 uçuş gerçekleştirilmesinden sonra Silver üyelik, 32.000 mil kazanılması yada 26 uçuş gerçekleştirilmesinden sonra Gold üyelik, 60.000 mil kazanılması yada 50 uçuş gerçekleştirilmesinden sonra Platinum üyelik seviyesine yüksenilmektedir. Silver, Gold ve Platinum seviyelerde üyelik süresi 12 aydır.

18 ay boyunca hiçbir üyelik faaliyeti olmadığı zaman bir alt üyelik seviyesine düşüş söz konusudur ve miller de geçerliliğini yitirmektedir.

Silver üyeler %50, Gold üyeler %75 ve Platinum üyeler %100 ilave bonus kazanma hakkına sahiptir.

SUMA başlangıç üyelik seviyesi de dahil olmak üzere tüm seviyelerde 24 saat telefon hizmeti ve bekleme listelerinde öncelik verilmektedir. Silver, Gold ve Platinum üyeler business kontuarda check-in, öncelikli biniş, bagaj teslim alabilme, birer parça ilave bagaj hakkı, ücretsiz koltuk seçebilme hakkına sahiptir. Gold ve Platinum üyelere yönelik ayrıcalıklar arasında Fasttrack-hızlı geçiş hakkı, VIP yolcu salonlarına giriş hakkı, garantili koltuk hakkı, ve ücretsiz upgrade yer almaktadır.

<https://www.aireuropa.com/en/flights/loyalty> (Erişim Tarihi: 18.04.2016)

## **Air France**

*Flying Blue*, Air France'in müşterilerine sunduğu sadakat programıdır. Dört seviyeden oluşan programda Ivory başlangıç seviyesi olup, sırasıyla Silver, Gold ve Platinum seviyeler gelmektedir. Air France, KLM ve SkyTeam üyesi havayolları ile gerçekleştirilen uçuşlardan üyelere mil kazanabilmektedir.

Başlangıç seviyesi olan Ivory üyelikte 25.000 mil kazanılması (Fransa ve Monaco'da yaşayanlar için 30.000 mil) yada 15 uçuş gerçekleştirilmesi durumunda Silver üyelik seviyesine ulaşılmaktadır.

40.000 mil kazanılması (Fransa ve Monaco'da yaşayanlar için 60.000 mil) yada 30 uçuş gerçekleştirilmesi durumunda Gold üyelik seviyesine ulaşılmaktadır. 70.000 mil kazanılması (Fransa ve Monaco'da yaşayanlar için 90.000 mil) yada 60 uçuş gerçekleştirilmesi durumunda Gold üyelik seviyesine ulaşılmaktadır.

Silver, Gold ve Platinum üyeler SkyTeam yada Air Corsica'nın Korsika uçuşlarında ekstra 1 parça, KLM'le Avrupa ekonomi sınıf uçuşlarında 2 parça ilave bagaj hakkı verilmektedir. Platinum üyeler KLM ile yapacakları uçuşlarda ekonomi sınıfta öncelikli koltuk seçme hakkına sahiptir. KLM uçuşlarında ekonomi komfortta Ivory üyelere %10, Silver üyelere %25, Gold üyelere %50 indirim sağlanmaktadır. Platinum üyelere ücret alınmamaktadır. KLM uçuşlarında ekstra bacak koyma alanı sağlarken Ivory üyelere %10, Silver üyelere %25, Gold üyelere %50 indirim sağlanmaktadır. Platinum üyelere ücret alınmamaktadır. KLM uçuşlarında koltuk tercihinde Ivory üyelere %10, Silver üyelere %25, Gold üyelere %50 indirim sağlanmaktadır. Platinum üyelere ücret alınmamaktadır. Tüm üyelik seviyelerinde ödül upgrade hakkı bulunmaktadır. Silver, Gold ve Platinum üyeliklerinde First Class ödül bilet ve upgrade hakkı verilmektedir. Annelik dönemlerinde bayan üyelerin üyelikleri devam etmektedir. Silver, Gold ve Platinum üyelere check-in, boarding, bagaj dağıtım sırasında öncelik, anlaşmalı kurumlarda indirim sağlanmaktadır ve 7/24 özel rezervasyon hizmeti sağlanmaktadır.

---

Silver üyelere %50, Gold üyelere %75, Platinum üyelere %100 elite bonus hakkı

verilmektedir. Gold ve Platinum üyeler Paris-Charles de Gaulle ve Paris-Orly arasında Air France otobüslerinden ücretsiz faydalanabilmektedir.

<https://www.flyingblue.com/about-flyingblue/all-about-levels-and-benefits/ivory.html> (Erişim Tarihi 23.08.2016)

## **Alitalia**

İtalyan havayolları Alitalia'nın müşterilerine sunduğu sadakat programı MilleMiglia'dır. Dört farklı üyelik seviyesinden oluşan program üyelerine farklı ayrıcalıklar sunmaktadır.

Bir takvim yılı içinde 20.000 mile ulaşılması yada 30 uçuş yapılması durumunda *Ulisse* klübünün sunmuş olduğu hizmetlerden ve ekstra %25 mil kazanabilme imkanı üyelere sunulmaktadır. Alitalia uçuşlarında, SkyTeam üye havayolları ve Etihad Havayolları ile yapılan uçuşlardan da ilave mil kazanabilme imkanı üyelere sunulmaktadır. Bu seviyedeki üyeler yılda iki adete kadar upgrade olabilmektedir ve öncelikli check-in, boarding, ekstra bagaj ve spor malzemeleri taşıma hakkına da sahiptirler.

Bir takvim yılı içinde 50.000 mile ulaşılması yada 60 uçuş yapılması durumunda *Freccia Alata* klübünün sunmuş olduğu hizmetlerden ve ekstra %50 mil kazanabilme imkanı üyelere sunulmaktadır. Alitalia uçuşlarında, SkyTeam üye havayolları ve Etihad Havayolları ile yapılan uçuşlardan da ilave mil kazanabilme imkanı üyelere sunulmaktadır.

Bu seviyedeki üyeler yılda dört adete kadar upgrade olabilmektedir ve öncelikli check-in, boarding, ekstra bagaj ve spor malzemeleri taşıma hakkına da sahiptirler. Bu seviyedeki üyeler yolcu salonlarına ücretsiz girebilmektedir.

Bir takvim yılı içinde 80.000 mile ulaşılması yada 90 uçuş yapılması durumunda *Freccia Alata Plus* klübünün sunmuş olduğu hizmetlerden ve ekstra %100 mil kazanabilme imkanı üyelere sunulmaktadır. Alitalia uçuşlarında, SkyTeam üye havayolları ve Etihad Havayolları ile yapılan uçuşlardan da ilave mil kazanabilme imkanı üyelere sunulmaktadır.

Bu seviyedeki üyeler yılda dört kere upgrade olabilmektedir ve öncelikli check-in, boarding, ekstra bagaj ve spor malzemeleri taşıma hakkına da sahiptirler. Bu seviyedeki üyeler yolcu salonlarına ücretsiz girebilmektedir.

MilleMiglia sadakat programının en üst seviyesi ise *Freccia Alata Plus Per Sempre* kart üyelik seviyesidir. Peşpeşe 10 yıl boyunca *Freccia Alata Plus* üyeliği devam eden üyeler *Freccia Alata Plus Per Sempre* üyelik seviyesine erişirler.

*Freccia Alata Plus* üyelikte sağlanan tüm hakların daimi olarak devam edebilmesi sağlanırken, ilave olarak öncelik ve ayrıcalıklar da sağlanmaktadır.

Uçağa kabul, bekleme listesi, check-in, bagaj teslimi gibi tüm işlemlerde en öncelikli olan kişiler bu üyelik seviyesindeki kişilerdir.

[https://www.alitalia.com/en\\_en/millemiglia/exclusive-club/freccia-alata-plus-per-sempre.html](https://www.alitalia.com/en_en/millemiglia/exclusive-club/freccia-alata-plus-per-sempre.html)

(Erişim Tarihi: 19.02.2016)

## **Air China**

Air China'nın müşteri sadakat programının adı *Dynasty Flyer Program*'dır. İki yaşından büyük tüm yolcular bu programa dahil olabilmektedir.

China Airlines, Mandarin Airlines ve SkyTeam üyesi havayolları ile gerçekleştirilen uçuşlarda da üyeler mil kazanabilmektedir.

Programın dört üyelik seviyesi bulunmaktadır. Temel başlangıç seviyesi Dynasty, sonrasında Gold, Emerald ve Paragon üyelik seviyeleri yer almaktadır. Tüm seviyelerde uygun rezervasyon imkanları ve mil kazanıp harcayabilme ve ilave mil kazanabilme ve nakit indirim hakkı vardır. Gold, Emerald ve Paragon üyeliklerde doğum günü ödül milleri verilmektedir.



Upgrade mili olarak Paragon üyelere, üyeliklerini hak ettiklerinden itibaren 10.000 mil hediye edilmektedir. Gold, Emerald ve Paragon üyelere özel rezervasyon hattı ve faks imkanı sağlanmaktadır ve öncelikli rezervasyon bekleme listesi hakkı sağlanmaktadır. Emerald ve Paragon üyelere 72 saat öncesine kadar rezervasyon onay hakkı verilmektedir. Gold, Emerald ve Paragon üyelerin koltuk seçim hakları vardır ve havalimanlarında özel check-in kontuarından hizmet alabilmektedirler.

Gold üyelere bir parça yada 10 kg'a kadar ilave bagaj hakkı, Emerald üyelere bir parça yada 20 kg'a kadar ilave bagaj hakkı ve Paragon üyelere iki parça yada 20 kg'a kadar ilave bagaj hakkı verilmektedir. Emerald ve Paragon üyelere duty-free'lerdeki ürünlerde indirim sağlanmaktadır. Havaalanı VIP yolcu salonları giriş hakkı Gold üyenin kendisine, Emerald üyenin kendisine ve yanında bir arkadaşına, Paragon üyelerin ise hem kendilerine hem de yanlarındaki iki kişiye VIP yolcu salonu giriş hakkı verilmektedir. Emerald ve Paragon üyelerin eşlerine de upgrade hakkı verilmektedir.

Paragon üyelere haricen %20 mil ve eşlerine de Gold kart verilmektedir. Gold, Emerald ve Paragon üyelere iç hat uçuşlarında indirimli bilet hakkı verilmektedir.

[http://ffp.airchina.com.cn/en/zyjh\\_new/zyjh.jsp](http://ffp.airchina.com.cn/en/zyjh_new/zyjh.jsp) (Erişim Tarihi: 07.09.2016)

## **China Eastern**

Eastern Miles, China Eastern Havayollarının müşterilerine sunmuş olduğu sadakat programıdır. China Eastern ve SkyTeam üyesi havayolları ile gerçekleştirdikleri uçuşlardan yolcular mil kazanmaktadır. Sadece havayolları üzerinden değil, kullanılan kredi kartları, kalınan oteller, restoranlar ve daha birçok anlaşmalı kurumdan yapılan alışverişlerde de üyeler mil kazanmaktadır.

Üyeler dünyanın yüzlerce farklı noktasında indirimli ve ücretsiz uçabilme, upgrade olabilme ve ilave bagaj hakkı gibi imkanlardan faydalanabilmektedir. Online başvuru yapılmasının hemen ardından yeni üyelere 500 Eastern mil puan verilmektedir.

12 yaşından büyük kişilerin üyelik başvurusu yapabildiği programda, 2 ile 11 yaş arasındakiler “Flying Explorer” olarak kaydolabilmektedir. Eastern Miles programında Golden Kart ve Silver Kart üyelik seviyeleri bulunmaktadır. Program üyeleri maksimum 10 kişiye kadar uygun görecekları kişilerin uçuşları için mil kullanabilmektedir ve bu liste 60 gün geçerli olacaktır. Bu liste ilk hazırlanırken değişiklik yapmak yada isim silmek mümkündür. Ancak bir sonraki günden sonra yapılacak değişikliklerde 200 Eastern mil ödemek gerekmektedir.

[http://en.ceair.com/easternmiles/t2013725\\_11791.html](http://en.ceair.com/easternmiles/t2013725_11791.html) (Erişim Tarihi: 17.07.2015)

## **China Southern**

China Southern Havayolları Sky Pearl Klüb denilen bir müşteri sadakat programı kullanmaktadır. Programın üç temel seviyesi vardır. Birinci seviye “Sky Pearl Base Card”, ikinci seviye “Sky Pearl Silver Card” ve üçüncü seviye ise “Sky Pearl Gold Card” seviyesidir. Sky Pearl Gold Card” seviyesindeki üyeler SkyTeam Elite Plus, Sky Pearl Silver Card seviyesindeki üyeler ise SkyTeam Elite statüye eş değerdedir. Bir takvim yılı içinde 40.000 km yada 20 tane uçuş gerçekleştiren üyeler Sky Pearl Silver card üyelik seviyesine yükselmektedir. 80.000 km yada 40 tane uçuş gerçekleştiren üyeler Sky Pearl Gold Card üyelik seviyesine yükselmektedir.

Sky Pearl Silver Card üyeler %15 ilave statü mil kazanırken, Sky Pearl Gold Card üyeler ilave %30 statü mil kazanabilmektedir. Her iki üyelikte de kazanılan millerin süresi uzatılabilmektedir, öncelikli boarding ve biletleme imkanı mevcuttur.

Uçuştan 48 saat öncesinde bile tamamen dolu bir uçuşta Gold üyelere ekonomi sınıfta yer garantili koltuk hakkı verilmektedir. Silver üyelere bu süre 72 saat öncesidir. Gold ve Silver üyelere özel ayrı ayrı kontuarlar bulunmaktadır. VİP yolcu salonlarına Silver üyelerin sadece kendileri girebilirken, Gold üyelerin yanlarında bir misafirleri de VİP yolcu salonlarına girebilmektedir. Silver üyelere 10 kg'a kadar ilave bagaj hakkı veriliren, Gold üyelerin hakkı 20 kg'dır. Her iki üyelikte de öncelikli bekleme ve upgrade hakkı verilmektedir. Uçuş gecikmelerinde Gold üyelere first class hizmet sağlanırken, Silver üyelere business class hizmet verilmektedir.

Her iki üyelere de özel müşteri hattı mevcuttur ve özel hediyeler verilmektedir. Öncelikli koltuk tercihi de her iki üyelik için sağlanan ayrıcalıklardandır. Dolu olan uçuşlarda da Gold üyelere, altı saat yada üzeri uzunlukta olan uçuşlarda en az uçuştan 24 saat öncesine kadar garantili rezervasyon hakkı verilmektedir.



**Şekil 34: Sky Pearl Klüb Sadakat Program Seviyeleri**

<http://skypearl.csair.com/en/about/member.html> (Erişim Tarihi: 07.05.2016)

### **Czech Airlines**

Çek Havayollarının müşteri sadakat programı OK Plus olarak adlandırılmaktadır. OK Plus üyelik kartı gerçekleşen ilk uçuş sonrasında yolcunun adresine gönderilmektedir. Silver, Gold ve Platinum üyelik seviyeleri bulunmaktadır.

Bu seviyelerdeki üyeler Çek Havayolları ve SkyTeam üyesi havayollarında gerçekleştirdikleri uçuşlardan mil kazanabildikleri gibi, havayolu üyesi olmayan anlaşmalı kuruluşlardan yaptıkları alışverişlerde de mil kazanabilmekte ve bu milleri yine havayolu olmayan kuruluşlarda da harcayabilmektedirler. Farklı ödüller, upgrade imkanları, bedava biletler, ilave bagaj hakkı, Prag havalimanında yolcu salonlarına giriş hakkı da üyelere sunulmaktadır.

Tüm üyelik seviyelerindeki üyeler 23 kg'a kadar ilave bagaj hakkına sahiptir. 25.000 SkyTeam mili kazanılması yada 15 SkyTeam ve 2 Çek Havayolları uçuşu gerçekleştiğinde Silver üyelik seviyesi hak edilmektedir.

50.000 SkyTeam mili kazanılması yada 30 SkyTeam ve 6 Çek Havayolları uçuşu gerçekleştiğinde Gold üyelik seviyesi ve 100.000 SkyTeam mili kazanılması yada 70 SkyTeam ve 10 Çek Havayolları uçuşu gerçekleştiğinde Platinum üyelik seviyesi hak edilmektedir.

<https://www.flyingblue.com/earn-and-spend-miles/airlines/partner/184/czech-airlines.html> (Erişim

Tarihi: 11.09.2016)

## **Delta Havayolları**

Delta Havayollarının 1981 yılında kredi kartı firmalarını devreye sokarak müşterilerine mil kazanabilme ve bunları ücretsiz uçak biletleri, first class upgradelere ve lüks ürünler için kullanabilmeye dayalı müşteri sadakat programının ilk kurulduğundaki adı "Delta Air Lines Frequent Flyer Program"dır. 1995 yılında günümüzdeki adını alarak "SkyMiles" olmuştur. Bu programla birlikte Delta havayolunun en büyük iddialarından biri; millerin geçerlilik süreleri olmadan, yolculara istedikleri zaman millerini kullanabilmelerine fırsat veren tek büyük Amerikan havayolu olmasıdır. Ayrıca Delta Havayolları küçük ve orta ölçekli işverenlere yönelik "SkyBonus" adı verilen bir sadakat programı sunmaktadır.

Bu programda işyeri çalışanlarının gerçekleştirdikleri uçuşlardan da iş sahipleri ücretsiz uçuş, upgrade, seyahat ödülleri ve üyelik statü terfi hakkı gibi imkanlardan faydalanabilmektedir.

SkyMiles programının dört üyelik statü seviyesi bulunmaktadır.

2016 verilerine göre “Silver Medallion” üyelik seviyesi 25.000 mil puan kazanıldığı zaman yada minimum 30 uçuş gerçekleştirildiğinde kazanılmaktadır. Bir diğer koşul da minimum 3000 Amerikan dolarlık harcama yapılmasıdır. “Gold Medallion” üyelik seviyesi 50.000 mil puan kazanıldığı zaman yada minimum 60 uçuş gerçekleştirildiğinde kazanılmaktadır.

Bir diğer koşul da, minimum 6000 Amerikan dolarlık harcama yapılmasıdır. “Platinum Medallion” üyelik seviyesi 75.000 mil puan kazanıldığı zaman yada minimum 100 uçuş gerçekleştirildiğinde kazanılmaktadır. Bir diğer koşul da minimum 9000 Amerikan dolarlık harcama yapılmasıdır. “Diamond Medallion” üyelik seviyesi 125.000 mil puan kazanıldığı zaman yada minimum 140 uçuş gerçekleştirildiğinde kazanılmaktadır. Bir diğer koşul da minimum 15000 Amerikan dolarlık harcama yapılmasıdır.

<https://en.wikipedia.org/wiki/SkyMiles> (Erişim Tarihi: 22.12.2015)

## **Garuda Indonesia**

GarudaMiles, Garuda Indonesia havayollarının sadakat programı olarak müşterilerine sunmuş olduğu sık uçan yolcu programıdır. Garuda Indonesia havayollarıyla yada anlaşmalı havayollarıyla yapılan uçuşlarda mil kazanmak ve bunları farklı şekillerde değerlendirebilmek mümkündür. Ücretsiz biletler ve upgrade hakkı gibi ayrıcalıklar sadece üyenin kendisine değil, aile bireyleri, arkadaşları yada meslektaşlarından herhangi biri için de kullanılabilir ve bu ödüller başkasına devredilebilir.

Bu sadakat programının başlangıç seviyesi GarudaMiles Blue'dur. Bir takvim yılı içinde 10.000 statü mili kazanılması yada 10 uçuş gerçekleştirilmesi halinde GarudaMiles Silver üyelik statüsüne terfi edilmektedir. 30.000 statü mili kazanılması yada 30 uçuş gerçekleştirilmesi halinde GarudaMiles Gold üyelik statüsüne terfi edilmektedir ve GarudaMiles Platinum üyelik statüsüne yükselebilmek için 65.000 statü mili kazanılması yada 65 uçuş gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

Üyelik statülerinin devam edebilmesi yada bir alt seviyeye düşülmemesi için GarudaMiles Blue üyelikte 3 yıl içinde 1 aktif işlem gerçekleştirilmesi, GarudaMiles Silver üyelik için 10 uçuş gerçekleştirilmesi ve 10.000 mil kazanılması, GarudaMiles Gold üyelik için 25 uçuş gerçekleştirilmesi ve 25.000 mil kazanılması ve GarudaMiles Platinum üyelik için 55 uçuş gerçekleştirilmesi ve 55.000 mil kazanılması gerekmektedir.

GarudaMiles Blue üyeler şu imkanlardan faydalanabilmektedir:

- 300 mil hoş geldin hediye puanı
- Mil kazanabilme hakkı
- Upgrade ödül için mil harcayabilme
- Ödül bilet için mil harcayabilme
- Upgrade ödülü yada ödül bileti başkasına devredebilme
- Rezervasyon listesinde öncelik

GarudaMiles Silver üyeler şu imkanlardan faydalanabilmektedir:

- Silver üyelik sonrasında 5 kg. bagaj hakkında artış olmaktadır.

- Soekarno-Hatta Havalimanındaki bekleme listesinde öncelik ve özel check-in kontuarı hizmeti
- Mil kazanabilme hakkı
- Upgrade ödül için mil harcayabilme
- Ödül bilet için mil harcayabilme
- Upgrade ödülü yada ödül bileti başkasına devredebilme

GaradaMiles Gold üyelik seviyesinde ise üyeler şu imkanlardan faydalanabilmektedir:

- Gold üyelik sonrasında 15 kg. bagaj hakkında artış olmaktadır.
- Soekarno-Hatta Havalimanındaki bekleme listesinde öncelik ve özel check-in kontuarı hizmeti
- Mil kazanabilme hakkı
- Upgrade ödül için mil harcayabilme
- Ödül bilet için mil harcayabilme
- Upgrade ödülü yada ödül bileti başkasına devredebilme
- İçhat ve uluslararası uçuşlarda GarudaMiles/Emerald Lounge giriş hakkı
- % 25 ilave bonus ödülü

GarudaMiles Platinum üyelik seviyesi Garuda Indonesia havayollarında erişilebilecek en üst üyelik seviyesi olup, sunulan ayrıcalıkları şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Platinum üyelik sonrasında 20 kg. bagaj hakkında artış olmaktadır.
- Soekarno-Hatta Havalimanındaki bekleme listesinde öncelik ve özel check-in kontuarı hizmeti
- Mil kazanabilme hakkı
- Upgrade ödül için mil harcayabilme

- Ödül bilet için mil harcayabilme
- Upgrade ödülü yada ödül bileti başkasına devredebilme
- İçhat ve uluslararası uçuşlarda Garuda Indonesia Business Lounge'a yanlarında bir misafirle giriş hakkı
- % 25 ilave bonus ödülü

<https://garudamiles.com/TopHome/about-garudamiles/membership-tier-and-benefit/garudamiles-regular/> (Erişim Tarihi 17.11.2015)

### **Kenya Airways**

Daha önce detaylarıyla anlatılan Air France'in müşterilerine sunduğu *Flying Blue* sadakat programını kullanmaktadır.

### **KLM**

Daha önce detaylarıyla anlatılan Air France'in müşterilerine sunduğu *Flying Blue* sadakat programını kullanmaktadır.

### **Korean Air**

Kore Havayolları müşterilerine *SkyPass* adında müşteri sadakat programını sunmaktadır. Programda *Morning Calm*, *Morning Calm Premium* ve *Million Miler* olmak üzere üç üyelik seviyesi yer almaktadır.

Morning Calm üyelik, SkyTeam üyelik statüsünde Elite seviyeye denk olan bir üyelik seviyesidir.



Korean havayolları ile 50.000 mil puan kazanmak yada 40 uçuş gerçekleştirmek yada en az 30.000 millik kısmı Korean havayolları ile olmak üzere SkyPass anlaşmalı havayolları ile 50.000 mil puan kazanılması durumunda bu üyelik seviyesine ulaşmak mümkündür. Geçerlilik süresi iki yıl olup, üyeliğin devam edebilmesi için 30.000 mil uçuş puan kazanılması yada 20 uçuş gerçekleştirilmiş olması gerekmektedir.

*Morning Calm Premium* üyelik SkyTeam seviyesinde Elite Plus üyeliğe denk olmaktadır.

Bu üyelik seviyesine yükselebilmek için Korean havayolları yada SkyTeam üyeleri ile gerçekleştirilen uçuşlarda 500.000 mil kazanılması gerekmektedir. Bu üyelik çeşidi ömür boyu geçerlidir. *Million Miler üyelik en üst üyelik seviyesidir. Kore Havayolları yada SkyTeam üyesi havayolları ile gerçekleştirilen uçuşlarda 1 milyon mile erişebilen yolculara Million Miler üyelik verilir ve ömür boyu geçerlidir.*

### **Middle East Airlines**

Middle East Airlines, (Orta Doğu Havayolları) *Cedar Miles* adında bir yolcu sadakat programını müşterilerine sunmaktadır. Sadece MEA ile değil SkyTeam üyesi havayollarıyla da gerçekleştirilecek her uçuşta mil kazanabilme imkanı sunulmaktadır. 20.000 mil kazanılması ve 15 adet tek yöne uçuş yapılması halinde Silver üyeliğe yükselmektedir. 40.000 mil kazanılması ve 30 adet tek yöne uçuş yapılması halinde Gold üyeliğe yükselmektedir. 70.000 mil kazanılması ve 60 adet tek yöne uçuş yapılması halinde Platinum üyeliğe yükselmektedir. Gold ve Platinum üyelere rezervasyon sırasında özel telefon ve faks numaraları hizmeti sağlanmaktadır.

Gold ve Platinum üyelere ekonomi sınıf yer garantili koltuk sağlanmaktadır. 48 saate kadar Silver, Gold ve Platinum üyelere koltuk ve menü tercihi hakkı verilmektedir ve öncelikli bekleme sırası hakkı da sağlanmaktadır.

Gold ve Platinum üyelerin son bir saate kadar koltuk numaraları muhafaza edilmektedir ve Beyrut'taki havalimanı satış ofislerinde öncelikli bilet alabilme imkanına sahiptir. Silver, Gold ve Platinum üyelere öncelikli check-in, boarding, standby listesi ve bagaj dağıtım hakkı sağlanmaktadır. Gold üyelere % 50 bonus mil kazanabilme hakkı sağlanmaktadır. Platinum üyelere ise % 75 bonus mil kazanabilme hakkı sağlanmaktadır.

Silver üyelere 10 kg. ilave bagaj hakkı verilmektedir. Gold ve Platinum üyelere ise 20 kg. ilave bagaj hakkı verilmektedir. Silver kart sahipleri SkyTeam statüsünde Elite seviyede yer alırken, Gold ve Platinum üyeler Elite Plus statüsünde yer almaktadır. Dünya üzerinde 2016 Mayıs ayı verilerine göre 636 yolcu salonundan faydalanabilmektedirler. <https://www.mea.com.lb/english/about-us/SkyTeam> (Erişim Tarihi: 12.05.2016)

## **Saudi Airlines**

Saudi Airlines (Suud Havayolları) *Alfursan* adlı müşteri sadakat programını müşterilerine sunmaktadır.

*Alfursan Blue* üyelik seviyesi başlangıç üyelik seviyesi olup, gerçekleştirilen ilk uçuş sonrasında üyelik kartı müşterilere gönderilmektedir. *Alfursan Silver Elite* üyelik seviyesine ulaşabilmek için 25.000 statü mil kazanmak yada bir takvim yılı içinde 20 uluslararası uçuş gerçekleştirmek gerekmektedir. Üyelik seviyesinin devam ettirilebilmesi için bir takvim yılı içinde 20.000 statü mili kazanmak yada 15 uluslararası uçuş gerçekleştirmek gerekmektedir.

*Alfursan Gold Elite Plus* üyelik seviyesine ulaşabilmek için 50.000 statü mil kazanmak yada bir takvim yılı içinde 40 uluslararası uçuş gerçekleştirmek gerekmektedir. Üyelik seviyesinin devam ettirilebilmesi için bir takvim yılı içinde 40.000 statü mili kazanmak yada 30 uluslararası uçuş gerçekleştirmek gerekmektedir.

*Alfursan Silver Elite* üyelere % 25 ilave mil kazanma hakkı verilmektedir. *Alfursan Gold Elite Plus* üyelere % 50 ilave mil kazanma hakkı verilmektedir. Mevcut olan üç üyelik seviyesinde de aile millerinin birleştirilmesi ve kullanılabilmesi söz konusudur. Öncelikli bekleme listesinde *Gold Elite Plus* en önce, sonrasında *Silver Elite* üyeler ve en sonraya da *Blue* üyeler yer almaktadır. Her üç üyelik seviyesinde de ödül millerin geçerlilik süre kısıtı bulunmamaktadır. *Gold Elite Plus* üyelere yer kalmamış uçuşlarda yer garantisi hakkı verilmektedir. *Silver Elite* ve *Gold Elite Plus* üyelere ilave 1 parça (23 kg.) bagaj hakkı verilmektedir. *Silver Elite* üyeler business kontuarda hızlı check-in ayrıcalığına sahipken, *Gold Elite Plus* üyeler first class kontuarda hızlı check-in ayrıcalığına sahiptir.

Havaalanındaki yolcu salonlarından *Silver Elite* üyeler aile bireylerinden üç kişiyle birlikte faydalanabilirken, *Gold Elite Plus* üyeler buna ilaveten dışarıdan bir misafirlerini de yolcu salonlarından faydalandırabilmektedir.

Üç aylık periyotlarla üç üyelik seviyesindeki üyelere de mil hesap özeti ve bülteni gönderilmektedir, çağrı merkezi hizmetlerinden faydalanabilmektedirler, ortak-anlaşmalı kuruluşların sağladığı ayrıcalıklardan istifade edip, promosyonlarından da faydalanabilmektedirler.

*Gold Elite Plus* ve *Silver Elite* üyeler öncelikli çağrı hizmetlerinden de faydalanabilmektedir.



**Şekil 35: Suudi Havayolları Alfursan Sadakat Programı Üyelik Kartları**

<http://www.saudiairlines.com/portal/site/saudia/menuitem.a6a7f8a7f00aa3587988a76c5d6981ca/?vgnextoid=1dd07c7479fe2410VgnVCM100000d59618acRCRD> (Erişim Tarihi: 18.12.2015)

### **TAROM Romanian Air Transport**

TAROM Romanian Air Transport, daha önce detaylarıyla anlatılan Air France'in müşterilerine sunduğu *Flying Blue* sadakat programını kullanmaktadır.

### **Vietnam Airlines**

Vietnam Havayolları Lotusmiles isimli müşteri sadakat programını müşterilerine sunmaktadır. Silver üyelik başlangıç üyelik seviyesi olup, gerçekleştirilen ilk uçuş sonrası üyelik kartı müşterilere gönderilmektedir. İlave bagaj ödül hakkı, upgrade, öncelikli check-in, boarding, güvenlik kontrolü ve bekleme listesi, anlaşmalı otellerde genel olarak %10 indirim imkanı, anlaşmalı golf sahalarında %15 indirim hakkı ve anlaşmalı deniz turlarında %20 indirim imkanı sağlanmaktadır. Koltuk tercih hakkı Silver üyelere sağlanan haklardandır. Doğum günlerinde ödül mil imkanı da mevcuttur.

Titanium üyelik seviyesi, Silver üyelikten sonra 12 ay içinde 15.000 mil kazanıldıktan yada 20 uçuş gerçekleştirildikten yada Vietcombank Vietnam Airlines American Express Platinum kart yada Vietnam Airlines Techcombank Visa Platinum kart sahiplerinin peşpeşe üç ay içinde 120 milyon Vietnam dongu (yaklaşık 15.850 tl'lik) alışveriş yapılması durumunda erişilen bir seviyedir. Uluslararası uçuşlardan 96 saat öncesinde ekonomi sınıfta yer garantili rezervasyon hakkı, Hanoi, Da Nang and Ho Chi Minh City arasındaki içhat uçuşlarından 72 saat öncesinde ekonomi sınıf yer garantili rezervasyon hakkı verilmektedir.

Bekleme listesinde, check-in işlemleri sırasında SkyPriority/ Business kontuarlarında öncelikli işlem hakkı verilmektedir.

Ekonomi sınıfta konfirme bir bilet olduğunda ve ekonomi sınıfın dolu olması halinde business sınıfa upgrade olabilme önceliği sağlanmaktadır.

Titanium üyelere bagaj dağıtımında öncelik, koltuk seçebilmek hakkı 10 kg'a kadar ilave bagaj yükü hakkı, % 30 ekstra mil puan kazanabilme ve doğumgününe özel ilave mil imkanı sağlanmaktadır. Anlaşmalı otellerde genel olarak %10 indirim imkanı, anlaşmalı golf sahalarında %15 indirim hakkı ve anlaşmalı deniz turlarında %20 indirim imkanı sağlanmaktadır. Hiçbir finansal teminat zorunluluğu olmaksızın 50 milyon Viyetnam dongu (Yaklaşık 6.600 tl) banka kredisi bu üyelik seviyesindeki üyelere verilmektedir.

LotuSmiles Gold üyelik seviyesi, 12 ay içinde 30.000 mil kazanıldıktan yada 30 uçuş gerçekleştirildikten sonra hak edilmektedir.

Uluslararası uçuşlardan 72 saat öncesinde ekonomi sınıfta yer garantili rezervasyon hakkı, Hanoi, Da Nang and Ho Chi Minh City arasındaki içhat uçuşlarından 48 saat öncesinde ekonomi sınıf yer garantili rezervasyon hakkı verilmektedir. Bekleme listesinde, check-in işlemleri sırasında SkyPriority/ Business kontuarlarında öncelikli işlem hakkı verilmektedir. Ekonomi sınıfta konfirme bir bilet olduğunda ve ekonomi sınıfın dolu olması halinde business sınıfa upgrade olabilme önceliği sağlanmaktadır.

Gold üyelere bagaj dağıtımında öncelik, koltuk seçebilmek hakkı, 15 kg'a kadar ilave bagaj yükü hakkı, % 50 ekstra mil puan kazanabilme ve doğumgününe özel ilave 1500 mil imkanı sağlanmaktadır. Anlaşmalı otellerde genel olarak %10 indirim imkanı, anlaşmalı golf sahalarında %15 indirim hakkı ve anlaşmalı deniz turlarında %20 indirim imkanı sağlanmaktadır.

Business sınıf yolcu salonuna ekonomi sınıfta seyahat ediliyor olsa dahi giriş hakkı verilmektedir. Hiçbir finansal teminat zorunluluğu olmaksızın 100 milyon Viyetnam dongu (Yaklaşık 13.200 tl) banka kredisi bu üyelik seviyesindeki üyelere verilmektedir.

Platinum üyelik seviyesi, 12 ay içinde 50.000 mil kazanıldıktan yada 50 uçuş gerçekleştirildikten sonra erişilen en üst üyelik seviyesidir.

Uluslararası uçuşlardan 24 saat öncesinde ekonomi sınıfta yer garantili rezervasyon hakkı, Hanoi, Da Nang and Ho Chi Minh City arasındaki içhat uçuşlarından 24 saat öncesinde ekonomi sınıf yer garantili rezervasyon hakkı verilmektedir. Yanlarında birer misafirleriyle bekleme listesinde, check-in işlemleri sırasında SkyPriority/ Business kontuarlarında öncelikli işlem hakkı verilmektedir. Ekonomi sınıfta konfirme bir bilet olduğunda ve ekonomi sınıfın dolu olması halinde business sınıfa upgrade olabilme önceliği sağlanmaktadır. Yolcu salonlarına yanlarında bir misafirleriyle beraber giriş hakkı da Platinum yolculara sağlanmaktadır.

Platinum üyelere yanlarında bir misafirleriyle bagaj dağıtımında öncelik, koltuk seçebilme hakkı verilmekte ve 25 kg'a kadar ilave bagaj yükü hakkı, % 100 ekstra mil puan kazanabilme ve doğumgününe özel ilave 2000 mil kazanma imkanı sağlanmaktadır.

Anlaşmalı otellerde genel olarak %10 indirim imkanı, anlaşmalı golf sahalarında %15 indirim hakkı ve anlaşmalı deniz turlarında %20 indirim imkanı sağlanmaktadır.

Hiçbir finansal teminat zorunluluğu olmaksızın 200 milyon Viyetnam dongu (Yaklaşık 25.000 tl) banka kredisi bu üyelik seviyesindeki üyelere verilmektedir.

<https://www.vietnamairlines.com/en/lotusmile/member-benefits/titan> (Erişim Tarihi: 21.12.2015)

## **Xiamen Airlines**

Xiamen Havayolları'nın müşteri sadakat programı *Egret Club* adındaki programdır. 3000 mil kazanılması yada 3 uçuş gerçekleştirilmesi durumunda *Egret Club* üyelik kartı üyelerin adreslerine gönderilmektedir.

Başlangıç seviyesinden sonra *Egret Silver* üyelik seviyesine ulaşabilmek için 12 ay içinde 60.000 mil kazanılması ve 35 uçuş gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu üyelik seviyesinin geçerlilik süresi 24 aydır. En üst üyelik seviyesi ise *Egret Gold* seviyedir. *Egret Gold* üyelik seviyesine ulaşabilmek için 12 ay içinde 100.000 mil kazanılması ve 60 uçuş gerçekleştirilmesi gerekmektedir. *Egret Silver* üyeliğın devam edebilmesi için 24 ay içinde 110.000 mil kazanılması yada 70 uçuş gerçekleştirilmesi gerekmektedir. *Egret Gold* üyeliğın devam edebilmesi için 24 ay içinde 180.000 mil kazanılması yada 120 uçuş gerçekleştirilmesi gerekmektedir. *Egret Gold* üyelere % 30 ilave mil verilmektedir, *Egret Silver* üyelere ise % 15 ilave mil verilmektedir. *Egret Gold* ve *Egret Silver* üyelere rezervasyon ve havalimanında öncelik hakkı verilmektedir. *Egret Silver* üyeler VIP yolcu salonlarına giriş hakkına sahiptir ve *Egret Gold* üyelere haricen yanlarında bir misafir getirme hakkı da verilmektedir. *Egret Gold* üyelere 30 kg ilave bagaj hakkı sağlanmaktadır. *Egret Silver* üyelere ise 20 kg ilave bagaj hakkı verilmektedir.

### **2.5.3. Oneworld Üyesi Havayollarının Kullandıkları Müşteri Sadakat Programları**

#### **AirBerlin**

AirBerlin, *Topbonus* adında müşteri sadakat programını müşterilerinin hizmetine sunmaktadır.

Classic, Silver, Gold ve Platinum seviyelerin bulunduğu programda, Classic seviyenin Oneworld statü seviyesinde hiçbir karşılığı olmazken, Silver seviyenin Oneworld statü seviyesindeki karşılığı Ruby, Gold seviyenin Oneworld statü seviyesindeki karşılığı Sapphire ve Platinum seviyenin Oneworld statü seviyesindeki karşılığı Emerald statüdür. Sadece AirBerlin havayollarıyla değil, tüm Oneworld üyesi havayollarıyla gerçekleştirilecek uçuşlarda mil kazanma imkanı söz konusudur.

Oneworld üyesi havayollarının herbiri müşteri sadakat programlarına ilişkin kural ve düzenlemeleri istedikleri gibi güncelleyip, değiştirme hakkına sahiptir. Program seviyelerine göre 1 mil kazanıldığında Classic kart üyelik seviyesi başlamaktadır. Classic üyelikte puan biriktirip harcayabilme imkanı, şartları sağlayınca Gold ve Platinum üyeliğe yükselbilme söz konusudur. 24 uçuş gerçekleştirildiğinde yada 25.000 statü mili kazanıldığında Silver üyelik seviyesine erişilmektedir. Silver üyelik seviyesinde Oneworld ittifakına ilişkin ayrıcalıklardan faydalanabilmek de söz konusudur. Business sınıf check-in kontuarda bilet işlemlerini yaptırabilen üyelere öncelikli bekleme listesi ve koltuk tercihi ayrıcalıkları da sağlanmaktadır. Oneworld ittifakında “Ruby” seviyesinde bulunan üyeler için olan yolcu salonlarından faydalanabilme hakkı vardır. 60 uçuş gerçekleştirildiğinde yada 50.000 statü mili kazanıldığında Gold üyelik seviyesine erişilmektedir.

Gold üyelik seviyesinde Oneworld ittifakın Sapphire üyelik ayrıcalıklardan faydalanabilmek de söz konusudur. Business sınıf check-in kontuarda bilet işlemlerini yaptırabilen üyelere öncelikli bekleme listesi ve koltuk tercihi ve ekstra bagaj hakkı gibi ayrıcalıkları da sağlanmaktadır. Seyahat edilen sınıf fark etmesinin Gold üyeler yanlarında bir misafirleriyle Business Class yada Frequent Flyer yolcu salonuna giriş hakkına sahiptir. 100.000 statü miline ulaşıldığında elde edilen müşteri sadakat program üyeliği Platinum üyelik seviyesidir.



Oneworld ittifakında “Emerald” statüye denk gelen bu statüde, business sınıf check-in kontuarda bilet işlemlerini yaptırabilen üyelere öncelikli bekleme listesi ve koltuk tercihi ve ekstra bagaj hakkı gibi ayrıcalıkları da sağlanmaktadır.

Seyahat edilen sınıf fark etmeksinin Premium üyeler yanlarında bir misafirleriyle dünya üzerinde 650’den fazla havalimanı yolcu salonuna premium First Class, Business Class yada Frequent Flyer yolcu salonuna giriş hakkına sahiptir.

<https://www.Oneworld.com/ffp/my-Oneworld-tier-status/-/tierstatus/airberlin/topbonus-silver#tier> (Erişim Tarihi: 23.12.2015)

## **American Airlines**

1 Mayıs 1981 yılında müşterilerinin hizmetine sunulan AAdvantage programı Texas International Airlines’ın 1979 senesinde müşterilerine sunmuş olduğu sadakat programından sonra ikinci programdır.

Günümüzde 70 milyon civarında üyesiyle dünyanın en geniş müşteri sadakat programı olan AAdvantage, müşterilerine ücretsiz ve indirimli bilet, upgrade, ücretsiz yada indirimli araç kiralama, otel konaklama, ticaret ürünleri ve hizmetlerinde topladıkları millerini kullanabilme imkanı sunmaktadır. Aktif üyelere seyahat sayıları ve ücret ödedikleri seyahat sınıflarına göre farklı seviyelerde fırsatlar sağlanmaktadır. AAdvantage Gold, AAdvantage Platinum ve AAdvantage Executive Platinum elit üyelere öncelikli check-in, bekleme ve upgrade yada ücretsiz upgrade hakkı verilmektedir. Oneworld kapsamında da ayrıcalıklar sunulmaktadır.

Bir takvim yılında elde edilen millere yada uçuş sayısına göre üyelik seviyelerinde yükselebilen durumu söz konusudur.

*AAdvantage Gold* seviye Oneworld ittifakında Ruby seviyesine denktir ve 25.000 statü mili kazanılması yada 30 uçuş gerçekleştirilmesi durumunda erişilebilmektedir. *AAdvantage Platinum* seviyeye ulaşabilmek için 50.000 statü mili kazanılması yada 60 uçuş gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

*AAdvantage Executive Platinum* seviyeye ulaşabilmek için 100.000 statü mili kazanılması yada 120 uçuş gerçekleştirilmesi gerekmektedir. 500 yada daha az millik uçuşlarda sınırsız, otomatik talep edilebilen, ücretsiz upgrade hakkı *AAdvantage Gold*, *AAdvantage Platinum* ve *AAdvantage Executive Platinum* elit üyelere verilmektedir.

500 milin üstündeki uçuşlarda upgrade için ödeme yapılması yada mil harcanması *AAdvantage Gold*, *AAdvantage Platinum* üyeliklerde söz konusudur.

*AAdvantage Executive Platinum* elit üyelere ise, sınırsız, otomatik talep edilebilen ve ücretsiz upgrade hakkı sağlanmaktadır. 500 mil upgrade çerçevesinde her üç üyelik seviyesinde de üyeye eşlik eden bir arkadaşına upgrade imkanı sağlanmaktadır. Uçuştan en erken 100 saat öncesinden *AAdvantage Executive Platinum* üyelerin upgrade işlemleri onaylanmaktadır. *AAdvantage Platinum* üyeler için bu süre 72 saat ve *AAdvantage Gold* üyeler için bu süre 24 saattir.

*AAdvantage Executive Platinum* üyeler % 120 bonus mil, *AAdvantage Platinum* üyeler % 60 ve *AAdvantage Gold* üyeler % 40 bonus mil kazanmaktadır. Her üç üyelik seviyesinde de üyelere havaalanında check-in, güvenlik ve boardingde öncelik sağlanmaktadır ve ücretsiz koltuk tercihi de yapabilmektedirler.

*AAdvantage Platinum* ve *AAdvantage Executive Platinum* üyeler için ücretsiz ekstra kabin koltuk sağlanmaktadır. *AAdvantage Gold* üyelere uçuştan 24 saat önce % 50 indirimli olarak hizmet verilmektedir. Her üç üyelik seviyesinde de otel konaklama ve araç kiralamada özel indirimler sağlanmaktadır.

<https://en.wikipedia.org/wiki/AAdvantage> (Erişim Tarihi: 21.12.2015)

<https://upgradedpoints.com/airline-loyalty-program/american-airlines/> (21.12.2015)

## **British Airways**

British Airways (İngiliz Havayolları) müşteri sadakat programı olarak 1995 senesinde kurdukları *Executive Club* programını sunmaktadır.

Dünya genelinde yedi milyondan fazla üyesi olan programda ödül birimi olarak “avios” kullanılmaktadır ve Executive Club üyeleri üç farklı üyelik seviyesine göre ve Oneworld ittifakı kapsamında bazı ayrıcalıklardan faydalanabilmektedir.

Bunlar arasında öncelikli check-in, biniş, yolcu salonu kullanım hakkı ve hızlı güvenlik geçişi gibi ayrıcalıklar bulunmaktadır. 18 yaşından büyüklerin üye olabildiği programda, İngiliz Havayolları uçuşlarında 500 milden daha kısa olan rotalarda bile üyelere minimum 500 avios verilmektedir.

Avios puanlardan farklı olarak statü puanları satın alınamamakta, paylaşılıp harcanamamaktadır. Bu puanların yegane amacı üyelerin bir üst seviyeye yükselebilmelerini sağlamaktır.

İngiliz Havayolları hangi uçuştan ne kadar statü mili kazanılabileceğine ilişkin bir tablo sunmamaktadır. Farklı rota, ücret tarifesi ve kabine bağlı olarak kazanılacak puanlar değişiklik arz etmektedir.

Başlangıç seviyesi olarak *Blue* üyelik ve sonrasında 300 statü puanı kazanılmasına müteakip *Bronze* üyelik bulunmaktadır. *Silver* üyelik için 600 statü puanı ve *Gold* üyelik için 1.500 statü puan kazanılması gerekmektedir. Oneworld ittifakı üyelik seviyelerinde Bronze üyelik Ruby, Silver üyelik Sapphire ve Gold üyelik Emerald üyelik seviyesine denktir.

Her üyelik seviyesinde de “avios” puan kazanabilme, satın alabilme ve harcayabilme ve hediye avios imkanı mevcuttur. Avios transferi için Gold üyelerin haricinde tüm üyeler ücret ödemek zorundadır. Tüm üyelik seviyelerinde mobil aplikasyon kullanma imkanı sağlanmaktadır, bekleme listesinde öncelik verilmesi, mümkün olan şartlarda koltuk ve menü tercihi sağlanmaktadır.

Blue üyelikte uçuştan 24 saat öncesinden ücretsiz koltuk seçimi hakkı, Bronze üyelikte 7 gün öncesinde, Silver ve Gold üyelikte ise rezervasyon yapıldığı andan itibaren sağlanmaktadır. Bronze, Silver ve Gold üyelikte öncelikli uçaşa biniş hakkı mevcuttur. İngiliz Havayolları, Iberia, Amerikan Havayolları ve Japon Havayollarıyla yapılan uçuşlarda bonus “Avios” verilmektedir.

Bronze üyeler için bu oran % 25, Silver üyeler için % 50 ve Gold üyeler için % 100'dür. El bagajının haricinde Silver ve Gold üyelere ilave bagaj hakkı verilmektedir. İngiliz Havayolları ve diğer ortak havayolları ile yapılan uçuşlarda Silver ve Gold üyelere yolcu salonlarından faydalanabilme imkanı sağlanmaktadır. Silver ve Gold üyelerin rezervasyonları güvence altına alınmıştır.

Gold üyeler first-class kontuarlarda check-in işlemi yapabilmektedir ve öncelikli ödül kullanımında herhangi bir rezervasyon yada servis ücreti alınmamaktadır.

Ayrıca Gold üyelere Gold öncelik ödülü, ekonomi sınıfta ilave ödül uçuş hakkı, 2.500 statü puanı karşılığı iki tane Gold upgrade imkanı, 3.500 statü puan karşılığı bir kuponla iki adet Gold upgrade hakkı ve yılda 5.000 statü puan karşılığı bir adet Gold Executive Club ortak kartı ve iki adet Silver kart verilmektedir.

<https://www.loungebuddy.com/blog/british-airways-executive-club-the-ultimate-guide/>

(Erişim Tarihi: 20.11.2015)

## **Cathay Pacific**

Cathay Pacific havayollarının müşterilerine sunmuş olduğu müşteri sadakat programı *Marco Polo Club*'tür. Program *Green* seviye ile başlamaktadır. Üyelğin başlamasına müteakiben üyelik avantajlarından faydalanmaya başlanılmaktadır. 100 kulüp puanı kazanıldıktan sonra yada yıllık 100 Amerikan doları yenileme ücreti ödedikten sonra üyelik yenilenebilmektedir. *Green* seviyedeki üyeler millerini kullanarak rezervasyon sırasında ekstra uzunlukta koltuk seçebilmektedir.

Check-in ve boarding için *Marco Polo Club* kontuarlarından *Green* üyeler yanlarında bir misafirleriyle faydalanabilmektedir ve ilave bagaj hakkında faydalanabilmek için millerini kullanabilmektedirler. Ayrıca *Green* üyeler mevcut millerinden kullanarak business sınıf yolcu salonlarından faydalanabilmektedirler.

Çalışmada incelenen sadakat programları arasında farklı bir yönüyle ortaya çıkan *Marco Polo Club* sadakat programında üyelik seviyelerinin kendi içlerinde de ara seviyeler bulunmaktadır. *Green* üyelik seviyesinde de *Green* orta seviye kapsamında ilave bazı ayrıcalıklar söz konusudur. 200 kulüp puanına ulaşıldığında yeni bir takım üyelik ayrıcalıkları üyenin sistemine otomatik olarak tanımlanmaktadır.

Yılda bir adet Business Class yolcu salonuna geçiş hakkı 200 kulüp puana ulaşan müşteriye verilmektedir. Bu hak devredilebilir bir hak olduğu için üyenin uygun gördüğü herhangi birisi de faydalanabilmektedir. 30.000 mil kazanan yada 20 uçuş gerçekleştiren üyeler Silver üyelik seviyesine yükselmektedir. Oneworld ittifakında denk geldiği üyelik seviyesi Ruby'dir. Bir üst üyelik seviyesi olan Gold üyelik seviyesine erişebilmek için 60.000 mil kazanmak yada 40 uçuş gerçekleştirmek gerekmektedir. Gold üyelik seviyesi Oneworld ittifakında Sapphire seviyeye denk gelmektedir.

En üst üyelik seviyesi olan Diamond seviyeye erişebilmek için 120.000 mil kazanmak yada 80 uçuş gerçekleştirmek gerekmektedir. Diamond üyelik seviyesinin Oneworld ittifakındaki karşılığı Emerald seviyedir.

300 kulüp puana erişen Silver üyeler mil kullanarak ekstra genişlikte koltuk hakkına sahiptir. Uçuştan 24 saat öncesinden koltuk rezerve edilme zorunluluğu vardır. Önceden koltuk tercihi yapabilme hakkı Silver üyelere ve yanlarındaki bir arkadaşlarına da verilmektedir. Uçuştan en az bir saat öncesinden bu kişilerin check-in zorunluluğu bulunmaktadır aynı şekilde paralı biletler için öncelikli bekleme listesi hakkından da faydalanabilmektedirler.

Silver üyelere ve yanlarındaki kişi yada kişilere business sınıf kontuarlarda check-in ve öncelikli boarding imkanı verilmektedir. 10 kg. ilave bagaj hakkı ve öncelikli bagaj dağıtım hakkı Silver üyelere verilmektedir. Yeni Zelanda Havayolları ile gerçekleşecek uçuşlarında maksimum 23 kg'lık ilave bagaj hakkı verilmektedir. Cathay Pacific ve Dragonair Business sınıf yolcu salonlarına mil karşılığı giriş imkanı sağlanmaktadır ayrıca Yeni Zelanda Havayolları Business sınıf yolcu salonlarına da girebilmektedirler.

Daha önceden de ifade edilen Marco Polo müşteri sadakat programının özelliği olarak ara seviye üyelik kapsamında 450 kulüp puanına erişen üyelere yılda iki adet yanlarında bir arkadaşlarıyla beraber business yolcu salonlarından faydalanabilme hakkı sağlanmaktadır.

“Üyelik tatili” diye adlandırılan ayrıcalıkla üyeler, seyahat etmeye ara vermek istediklerinde üyeliklerini bir yıllığına askıya alabilir. Üyelik puanları ve statüleri bu süre zarfında hiçbir şekilde etkilenmez. Üyelik süreleri boyunca en fazla toplam üç defa “üyelik tatili” hakkından faydalanılabilmektedir.

Ayrıca 24 saat müşteri hizmet hattından da üyeler faydalanabilmektedir. Özel promosyonlar ve fırsatların sunulduğu üyelere ayrıca bagajları için isme özel etiketler de sağlanmaktadır.

600 kulüp puan kazanan üyeler Gold üyelik seviyesine ulaşmaktadır. Ekstra genişlikte koltuk hakkı ücretsiz olarak verilmektedir. Uçuştan 24 saat öncesinden koltuk rezerve edilme zorunluluğu vardır. Bekleme listelerinde öncelik hakkı verilen Gold üyeler Cathay Pacific ve Dragonair uçuşlarında uçuştan 72 saat önce rezervasyon yapmak kaydıyla uçuşlarda ekonomi sınıf yer garantili koltuk hakkına, Yeni Zelanda Havayollarıyla gerçekleştirecekleri uçuşlarda ise koltuk seçimi yapabilme hakkına sahiptir. Check-in ve boarding sırasında yanlarında seyahat eden yolcularla beraber business sınıf kontuarda işlem yapabilme imkanı Gold üyelere verilmektedir. İlave bagaj hakkı olarak 15 kg. yada 1 parça bagaj hakkı verilmektedir.

Yeni Zelanda Havayollarıyla gerçekleştirilecek olan uçuşlarda maksimum 23 kg. olacak şekilde bagaj hakkı da verilmektedir. Cathay Pacific ve Dragonair Business sınıf yolcu salonu kullanım hakkı Gold üyelere ve yanlarındaki misafirlerine (iki yaşından büyük herkes misafir olarak sayılmaktadır) Cathay Pacific, Dragonair ve Oneworld ittifakı üyesi havayollarıyla gerçekleşen uçuşlar için geçerlidir. Gold üyelik seviyesinin de ara üyelik seviyesi programın tüm genel üyelik seviyelerinde olduğu gibi söz konusudur. 800 kulüp miline erişen üyelere yanlarında seyahat edecek kişiler için yılda iki adet business sınıf yolcu salonuna geçiş hakkı verilmektedir. Asia miller kulanılarak, 5 kişiye kadar ödül verilebilmektedir. 1000 kulüp miline erişen üyelere yılda 4 adet rezerve edilebilecek şekilde upgrade hakkı verilmektedir. Bunlar dört tek yön uçuş için üyelerin ve yanlarındaki arkadaşlarının uçuşları için kullanılabilir.

Upgrade edilen sınıfta uçmanın rahatlığının yanısıra yolculara upgrade oldukları seyahat sınıfı üzerinden Asia Mil kazanabilmeleri sağlanmaktadır. Bu imkandan faydalanılabilecek uçuş tipleri ultra-kısa, kısa ve orta menzil uçuşlardır.

“Üyelik tatili” diye adlandırılan ayrıcalıkla üyeler, seyahat etmeye ara vermek istediklerinde üyeliklerini bir yıllığına askıya alabilir.

Üyelik puanları ve statüleri bu süre zarfında hiçbir şekilde etkilenmez. Üyelik süreleri boyunca en fazla toplam üç defa “üyelik tatili” hakkında faydalanılabilmektedir.

Açıktan indirimli fiyatlar duyurulmadan iki gün önce üyelere indirimli fiyatlar üzerinden bilet alabilme imkanı sağlanmaktadır. Cathay Pacific kredi kartı sahibi olan Gold üyeler üç gün öncesinden bu imkandan faydalanabilmektedir.

7/24 özel müşteri hizmetleri de hizmet vermektedir. Hong Kong Uluslararası Havaalanında bu üyeler için özel kontuar hizmet vermektedir.

Özel promosyonlar ve fırsatların sunulduğu üyelere ayrıca bagajları için isme özel etiketler de sağlanmaktadır.

1200 kulüp puan kazanan üyeler Diamond üyelik seviyesine ulaşmaktadır. Ekstra genişlikte koltuk hakkı ücretsiz olarak verilmektedir. Uçuştan 24 saat öncesinden koltuk rezerve edilme zorunluluğu vardır. Bekleme listelerinde öncelik hakkı verilen Gold üyeler Cathay Pacific ve Dragonair uçuşlarında uçuştan 24 saat önce rezervasyon yapmak kaydıyla uçuşlarda ekonomi ve business sınıf yer garantili koltuk hakkına, Yeni Zelanda Havayollarıyla gerçekleştirecekleri uçuşlarda ise koltuk seçimi yapabilme hakkına sahiptir. Check-in ve boarding sırasında yanlarında seyahat eden yolcularla beraber first class kontuarda işlem yapabilme imkanı Diamond üyelere verilmektedir. İlave bagaj hakkı olarak 20 kg. yada 1 parça bagaj hakkı verilmektedir. Yeni Zelanda Havayollarıyla gerçekleştirilecek olan uçuşlarda maksimum 23 kg. olacak şekilde bagaj hakkı da verilmektedir. Cathay Pacific ve Dragonair Business sınıf yolcu salonu kullanım hakkı Gold üyelere ve yanlarındaki misafirlerine (iki yaşından büyük herkes misafir olarak sayılmaktadır) Cathay Pacific, Dragonair ve Oneworld ittifakı üyesi havayollarıyla gerçekleşen uçuşlar için geçerlidir.

Diamond üyelik seviyesinin de ara üyelik seviyesi programın tüm genel üyelik seviyelerinde olduğu gibi söz konusudur.



1400 kulüp miline erişen üyelere yanlarında seyahat edecek kişiler için yılda iki adet first yada business sınıf yolcu salonuna geçiş hakkı verilmektedir. Asia miller kullanılarak, 5 kişiye kadar ödül verilebilmektedir. 1600 kulüp miline erişen üyelere yılda 4 adet rezerve edilebilecek şekilde upgrade hakkı verilmektedir. Bunlar dört tek yön uçuş için üyelerin ve yanlarındaki arkadaşlarının uçuşları için kullanılabilirlerdir.

Upgrade edilen sınıfta uçmanın rahatlığının yanısıra yolculara upgrade oldukları seyahat sınıfı üzerinden Asia Mil kazanabilmeleri sağlanmaktadır ve yön ve menzil kısıtlaması bulunmamaktadır.

1800 kulüp puanına erişen müşterilerin istedikleri bir aile bireylerine yada arkadaşlarına ücretsiz Gold üyelik statüsü verilmektedir. Teklif edilen kişi 18 yaşından büyük olmalıdır.

Sınırsız sayıda kişiyi aday gösterecek şekilde Asia mil ödüllerinden istifade ettirebilme durumu mümkündür.

“Üyelik tatili” diye adlandırılan ayrıcalıkla üyeler, seyahat etmeye ara vermek istediklerinde üyeliklerini bir yıllığına askıya alabilirler. Üyelik puanları ve statüleri bu süre zarfında hiçbir şekilde etkilenmez. Üyelik süreleri boyunca en fazla toplam üç defa “üyelik tatili” hakkından faydalanılabilmektedir.

Açıktan indirimli fiyatlar duyurulmadan iki gün önce üyelere indirimli fiyatlar üzerinden bilet alabilme imkanı sağlanmaktadır. Cathay Pacific kredi kartı sahibi olan Gold üyeler üç gün öncesinden bu imkandan faydalanabilmektedir. 7/24 özel müşteri hizmetleri de hizmet vermektedir. Hong Kong Uluslararası Havaalanında bu üyeler için özel kontuar hizmet vermektedir.

Özel promosyonlar ve fırsatların sunulduğu üyelere ayrıca bagajları için isme özel etiketler de sağlanmaktadır.

[http://www.cathaypacific.com/cx/en\\_HK/frequent-flyers/about-the-club/club-benefits.html](http://www.cathaypacific.com/cx/en_HK/frequent-flyers/about-the-club/club-benefits.html)

(Erişim Tarihi: 22.11.2015)

## **Finnair**

Finlandiya'nın havayolu olan Finnair, müşterileri için *Finnair Plus* adında bir müşteri sadakat programı sunmaktadır. Hem statü, hem de ödül puanlarının kazanılabildiği programda üyeler Finnair ve Oneworld ittifakı üyesi havayolları ile gerçekleştirdikleri uçuşlardan, anlaşmalı kurum ve kuruluşlardan yaptıkları alışverişlerden puan kazanabilmektedir.

İlk mil kazanılmasına müteakiben *Basic* üyelik başlamaktadır. Üyeye gönderilen üyelik kartı yıl boyunca devam edecektir. Finnair yada Oneworld ittifakı üye havayollarından herhangi biriyle gerçekleştirilen uçuşlardan da statü puanı kazanılmaktadır. Bu üyelik seviyesinde statü ve ödül puanlar kazanılabilmekte, üyelere özel fırsatlardan faydalanabilmekte, daha hızlı bir şekilde uçuş rezervasyonu yapılabilmekte ve Finnair Plus hizmet merkezinden faydalanabilmektedir.

30.000 statü puanı kazanıldığında yada 20 tarifeli sefer gerçekleştirildiğinde *Finnair Plus Silver* üyelik seviyesine yükseltilmektedir. Silver üyelikte ekstradan 23 kg.bagaj hakkı sağlanmaktadır. Seyahat edilen sınıf fark etmeksizin Silver üyeler business sınıf kontuarda gerek Finnair, Finnair Norra gerekse Oneworld ittifakına üye havayollarındaki uçuşlar için biletleme işlemi yapabilmektedir ve güvenlik kontrolünde daha hızlı geçiş imkanı verilmektedir. 1 Ağustos 2016 tarihinden geçerli olacak şekilde Finnair Plus Silver üyeler, Finnair yolcu salonlarından her faydalandırılarında 25 Euro ödemek yada 8.500 puan harcamak durumundadır ve aynı şekilde yolculuk yapan misafirleri de yolcu salonlarından faydalanabilmektedir.

Finnair uçuşlarında önceden koltuk rezervasyonu yapılacağı zaman % 50 indirim sağlanmaktadır. Kabinde satılan yada daha önceden sipariş verilen tüm ürünlerde % 10 indirim uygulanmaktadır. Finnair uçuşlarında % 10 ilave bonus verilmektedir.

30.000 statü puanı kazanıldığında yada 20 tarifeli sefer gerçekleştirildiğinde *Finnair Plus Silver* üyelik seviyesi yenilenip devam etmektedir. *Silver* üyeliğın yenilenmesi için gerekli şartlar sağlanamadığı zaman *Basic* üyelik seviyesine düşmek söz konusudur.

Silver üyeler 80.000 statü puanı kazandıklarında yada 46 Finnair yada Oneworld tarifeli uçuş gerçekleştirdiklerinde *Finnair Plus Gold* üyelik seviyesine yükselmektedirler. Üyelik kartı üyelere üyeliğın hak edilmesine müteakiben sistemden otomatik olarak gönderilmektedir ve Gold seviyenin tüm imkanlarından faydalanılmaya başlanmaktadır. Silver üyelikte kalan süreye ilaveten 12 aylık süre üyelik süresine eklenmektedir.

Gold üyelikte ekstradan 23 kg. bagaj hakkı sağlanmaktadır ve haricen bir set olarak golf ve spor malzemelerinin taşınmasına da imkan sağlanmaktadır. Seyahat edilen sınıf fark etmeksizin Gold üyeler business sınıf kontuarda gerek Finnair, Finnair Norra, gerekse Oneworld ittifakına üye havayollarındaki uçuşlar için biletleme işlemi yapabilmektedir ve güvenlik kontrolünde daha hızlı geçiş imkanı verilmektedir. Seyahatleri sırasında Gold üyelerin yanlarındaki bir arkadaşları da Oneworld business yolcu salonlarından faydalanabilmektedir. Hiçbir ücret ödemeksizin Gold üyelere koltuk seçebilme hakkı verilmektedir. Uçuşlarından en az 48 saat önce rezervasyon yaptıkları takdirde Gold üyelere hem ekonomi hem de business sınıfta yer garantisi sağlanmaktadır. Yeni A350 XWB uçaklarında Gold üyeler ücretsiz Wi-Fi kullanabilmektedir.

Kabinde satılan yada daha önceden sipariş verilen tüm ürünlerde % 10 indirim uygulanmaktadır. Finnair uçuşlarında % 15 ilave bonus verilmektedir.

80.000 statü puanı kazanıldığında yada 46 tarifeli sefer gerçekleştirildiğinde *Finnair Plus Gold* üyelik seviyesi yenilenip devam etmektedir. *Gold* üyeliğın yenilenmesi için gerekli şartlar sağlanamadığı zaman içeride mevcut olan puan bakiyesine göre üyelik seviyesi şekillenmektedir.

Gold üyelere Avrupa içindeki dört tane tek yön Finnair tarifeli uçuşunda upgrade hakkı verilmektedir.

Gold üyeler, 150.000 statü puanı kazandıklarında yada 76 Finnair yada Oneworld tarifeli uçuşlarından gerçekleştirdiklerinde *Finnair Plus Platinum* üyelik seviyesine yükselmektedirler. Üyelik kartı üyelere üyeliğın hak edilmesine müteakiben sistemden otomatik olarak gönderilmektedir ve Platinum seviyenin tüm imkanlarından faydalanılmaya başlanmaktadır. Gold üyelikte kalan süreye ilaveten 12 aylık süre üyelik süresine eklenmektedir.

Platinum üyelikte ekstradan 23 kg.bagaj hakkı sağlanmaktadır ve haricen bir set olarak golf, kayak, snowboard ve spor malzemelerinin taşınmasına da imkan sağlanmaktadır. Seyahat edilen sınıf fark etmeksizin Platinum üyeler business sınıf kontuarda gerek Finnair, Finnair Norra, gerekse Oneworld ittifakına üye havayollarındaki uçuşlar için biletleme işlemi yapabilmektedir ve güvenlik kontrolünde daha hızlı geçiş imkanı verilmektedir. Hiçbir ücret ödemeksizin Platinum üyelere koltuk seçebilme hakkı verilmektedir. Platinum üyelerin yanlarında seyahat eden bir arkadaşlarına da seyahat sınıfları fark etmeksizin business yada first class yolcu salonu kullanım hakkı verilmektedir. İki adet tek yön uzun menzilli uçuşta upgrade hakkı da Platinum üyelere verilmektedir. Finnair uçuşlarında % 25 ilave bonus da verilmektedir. 150.000 statü puanı kazanıldığında yada 76 tarifeli sefer gerçekleştirildiğinde *Finnair Plus Platinum* üyelik seviyesi yenilenip devam etmektedir.

*Platinum* üyeliğın yenilenmesi için gerekli şartlar sağlanamadığı zaman içeride mevcut olan puan bakiyesine göre üyelik seviyesi şekillenmektedir. Platinum üyelerin millerinin geçerlilik süresi, üyelikleri devam ettikçe devam etmektedir.

Finnair Plus müşteri sadakat programının Gold ve Platinum olarak iki tane Finnair Plus Lifetime statüsü vardır. Bu seviyelerden birine ulaşıldığında hiçbir şekilde daha düşük üyelik seviyelerine düşmek gibi bir durum söz konusu olmamaktadır.

*Finnair Plus Lifetime Gold* seviyeye 3.000.000 statü puan elde edildiğinde erişilmektedir. *Finnair Plus Lifetime Platinum* seviyeye ise 5.000.000 statü puan elde edildiğinde erişilmektedir.

<https://www.finnair.com/us/gb/finnair-plus/what-is-finnair-plus> (Erişim Tarihi: 22.11.2015)

## **Iberia**

Iberia Havayollarının müşterilerine sunduğu sadakat programı Iberia Plus'tır. Iberia Plus Classic başlangıç üyelik seviyesi olup, üyeler havaalanında tercihli bekleme listesinde yer almaktadır.

1.100 elit puan kazanıldığında yada 25 uçuş gerçekleştirildiğinde Iberia Plus Silver kart elde edilmektedir. Bu üyelere sağlanan haklar arasında % 25 daha fazla Avios puan kazanma imkanı, hızlı check-in imkanı, arttırılmış bagaj hakkı ve eşlere de özel avantajlar sağlanmaktadır.

2.250 elit puan kazanıldığında yada 50 uçuş gerçekleştirildiğinde Iberia Plus Gold kart elde edilmektedir. Bu üyelere sağlanan haklar arasında % 50 daha fazla Avios puan kazanma imkanı, boarding, yolcu salonu ve park hizmetinde VIP uygulama, yer garantili koltuk hakkı, arttırılmış bagaj hakkı ve eşlere de özel avantajlar sağlanmaktadır. İki yıl içinde uçuş adet zorunluluğu olmaksızın 6.250 elit puan kazanılması durumunda üyeler Platinum üyelik seviyesine yükselmektedir.

Bu üyelere iki adet ücretsiz upgrade hakkı limosin ve Platinum servis merkezinden faydalanabilme hakkı verilmektedir.

<https://www.Oneworld.com/member-airlines/iberia> (Erişim Tarihi: 23.12.2015)

## **Japan Airlines**

*JAL Milage Bank*, Japon Havayolları'nın sunduğu müşteri sadakat programıdır. 30.000 FLY ON puanı kazanılması (JAL grup uçuşlarında kazanılan 15.000 FLY ON puan da dahil) yada JAL grup uçuşlarında en az 15 uçuş olmak üzere toplamda en az 30 uçuş gerçekleştirildiği takdirde *Crystal* üyelik seviyesine erişilmektedir. Oneworld ittifakında denk geldiği üyelik statüsü Ruby'dir.

50.000 FLY ON puanı kazanılması (JAL grup uçuşlarında kazanılan 25.000 FLY ON puan da dahil) yada JAL grup uçuşlarında en az 50 uçuş olmak üzere toplamda en az 25 uçuş gerçekleştirildiği takdirde *Sapphire* üyelik seviyesine erişilmektedir. Oneworld ittifakında denk geldiği üyelik statüsü Sapphire'dir.

80.000 FLY ON puanı kazanılması (JAL grup uçuşlarında kazanılan 40.000 FLY ON puan da dahil) yada JAL grup uçuşlarında en az 80 uçuş olmak üzere toplamda en az 40 uçuş gerçekleştirildiği takdirde *Premier* üyelik seviyesine erişilmektedir. Oneworld ittifakında denk geldiği üyelik statüsü Emerald'dır.

100.000 FLY ON puanı kazanılması (JAL grup uçuşlarında kazanılan 50.000 FLY ON puan da dahil) yada JAL grup uçuşlarında en az 120 uçuş olmak üzere toplamda en az 60 uçuş gerçekleştirildiği takdirde *Diamond* üyelik seviyesine erişilmektedir. Oneworld ittifakında denk geldiği üyelik statüsü Emerald'dır. Oneworld ittifakı kapsamında denk geldikleri üyelik seviyelerine göre aşağıda belirtilen ayrıcalıklar üyelere sunulmaktadır.

- Ruby, Sapphire ve Emerald statülerde business sınıf öncelikli check-in imkanı
- Ruby, Sapphire ve Emerald statülerde tercihli yada ön rezerveli koltuk tercihi,
- Sapphire ve Emerald statülerde business sınıf yolcu salonlarına giriş hakkı, öncelikli boarding, ekstra bagaj hakkı verilmektedir.
- Emerald statüdeki üyelere güvenlikte Fast track geçiş imkanı ve first class öncelikli kontuarda işlem yaptırma ve first class yolcu salonlarını kullanabilme hakkı verilmektedir.

<https://www.jal.co.jp/en/jmb/> (Erişim Tarihi: 05.08.2015)

## **LATAM**

LATAM Pass, LATAM Havayollarının müşteri sadakat programıdır. Gold, Platinum, Black ve Black Signature üyelik seviyeleri bulunmaktadır. Sadece LATAM Havayoları ile değil, Oneworld üyesi tüm havayolları ile gerçekleştirilecek olan uçuşlar kapsamında kilometre puan kazanılabilmektedir.

30.000 km puan kazanmaları yada LAN yada TAM Havayollarıyla ez an 4 adet uçuş gerçekleştirilmesi durumunda üyeler, *Gold* üyelik seviyesine yükselmektedir. 60.000 km puan kazanmaları yada LAN yada TAM Havayollarıyla ez an 45 adet uçuş gerçekleştirilmesi durumunda üyeler, *Platinum* üyelik seviyesine yükselmektedir.

120.000 km puan kazanmaları yada LAN yada TAM Havayollarıyla ez an 85 adet uçuş gerçekleştirilmesi durumunda üyeler, *Black* üyelik seviyesine yükselmektedir.

LAN yada TAM Havayollarıyla olan uçuşlarda minimum 210.000 km puan kazanmaları durumunda üyeler, *Black Signature* üyelik seviyesine yükselmektedir.

Gold üyelik seviyesi Oneworld ittifakındaki Ruby seviyeye, Platinum Sapphire seviyeye, Black ve Black Signature Emerald seviyeye denk gelmektedir. Business sınıf öncelikli kontuara giriş hakkı tüm üyelik seviyelerine verilen bir haktır. Ön rezervasyonlu yer seçim hakkı da tüm üyelere verilen bir haktır. Platinum, Black ve Black Signature üyeler business sınıf yolcu salonlarına girme hakkına sahiptir ve öncelikli boarding hakları da bulunmaktadır. Black ve Black Signature üyelerin fast track güvenlik şeridinden geçme hakları vardır ve check-in sırasında da first class kontuara geçiş hakları bulunmaktadır. Platinum, Black ve Black Signature üyelerin öncelikli bagaj teslim alabilme hakları da bulunmaktadır. Gold üyelerin kendilerine ve yanlarındaki arkadaşlarına yılda iki adet upgrade imkanı verilmektedir.

Platinum üyelerin kendilerine ve yanlarındaki arkadaşlarına yılda altı adet upgrade imkanı verilmektedir. Black ve Black Signature üyelerin kendilerine sınırsız, yanlarındaki bir arkadaşlarına yılda altı adet upgrade imkanı verilmektedir. Gold üyelere % 25, Platinum, Black ve Black Signature üyelere % 100 ilave bonus hakkı verilmektedir.



Platinum ve Black üyeler VIP yolcu salonlarını yanlarında bir misafirleriyle kullanabilme hakkına sahipken, Black Signature üyeler, aile bireyleri ve bir misafirleriyle VIP yolcu salonu kullanabilme hakkına sahiptir.

## **Qantas**

Qantas Havayollarının müşteri sadakat programı *QantasPoint*'dir. Beş üyelik seviyesinden oluşan programın başlangıç seviyesi Bronze olup, Silver üyeliğe erişebilmek için 300, Gold üyelik için 700, Platinum üyelik için 1400, Platinum One üyelik seviyesi için en az 2600'ü Qantas Havayolları tarafından pazarlanan uçuşlarla 3600 statü puanı kazanmak gerekmektedir. Silver üyelik seviyesini muhafaza edebilmek için 250 puan, Gold üyelik için 600 puan, Platinum üyelik için 1200 puan ve Platinum One üyelik seviyesi için en az 2600'ü Qantas Havayolları tarafından pazarlanan uçuşlarla 3600 statü puanı kazanmak gerekmektedir. Ayrıca "Lifetime Silver" denilen ve 7000 puan kazanıldığında ömür boyu geçerli olacak şekilde Silver üyelik hakkı elde edilirken, 14000 puan kazanıldığında ömür boyu geçerli olacak şekilde Lifetime Gold üyelik hakkı elde edilmektedir.

Oneworld ittifakında Silver statü Ruby üyelik statüsüne denktir. Gold, Sapphire üyelik seviyesine ve Platinum, Platinum One ise Emerald üyelik seviyesine denktir. Qantas ve Jetstar havayollarıyla gerçekleştirdikleri uçuşlarda Silver üyeler % 50, Gold üyeler % 75, Platinum ve Platinum One üyeler ise % 100 ilave puan elde edebilmektedir.

American Airlines ile gerçekleştirdikleri uçuşlarda ise Silver üyeler % 25, Gold üyeler % 75, Platinum ve Platinum One üyeler ise % 100 ilave puan elde edebilmektedir. Tüm üyelik seviyelerinde öncelikli telefon hizmeti, koltuk seçenek hakkı, Qantas klasik ödül koltuk tercih hakkı verilmektedir.

Platinum ve Platinum One üyelere öncelikli ekonomi sınıfta koltuk satın alabilme hakkı, uçuştan 2 gün öncesinden onaylanmış uluslararası uçuşlarda upgrade hakkı verilmiştir. Uçuşlardan 7 gün öncesine kadar garantili uluslararası upgrade hakkı, en üst seviyede öncelik, aile üyeleriyle uluslararası uçuşlarda tercihli upgrade hakkı, Platinum özel servis desteği, Qantas klasik ödülleri ve uçuş upgrade ödülleri imkanı ve ücretsiz exit koltukta oturma imkanı Platinum One üyelere sağlanmaktadır. Gold, Platinum ve Platinum One üyelere iç hat öncelikli check-in hizmeti verilmektedir. Uluslararası uçuşlarda Silver üyelere uygun olan yerlerde Premium ekonomi kontuarda, Gold üyelere business kontuarda, Platinum ve Platinum One üyelere uygun olan yerlerde business/first class kontuarda check-in hakkı verilmektedir. Tüm üyelik seviyelerinde havalimanında öncelikli bekleme listesi hakkı verilmektedir.

Platinum ve Platinum One üyeler iç hat uçuşlarında öncelikli boarding hakkından faydalanabilmektedir. Gold, Platinum ve Platinum One üyeler uluslararası uçuşlarda öncelikli boarding imkanından faydalanabilmektedir. Tüm üyelik seviyelerindeki üyelere ilave bagaj hakkı, chipli Qantas kart, ücretsiz bagaj etiketler verilmektedir. Gold üyelere iç hat uçuşlarında hızlı güvenlik geçiş hakkı, Platinum ve Platinum One üyelere ise mevcut olan her yerde hızlı güvenlik geçiş hakkı verilmektedir. Silver üyelerin haricinde tüm üyeler mil puan kullanarak iç hat gidiş upgrade hakkından faydalanabilmektedir.

Silver üyelere yılda bir kez Qantas Clup yolcu salonundan faydalanabilme hakkı verilirken, Gold, Platinum ve Platinum One üyeler her uçuşlarında bu hizmetten faydalanabilmektedir.

Oneworld ittifakındaki havayollarının Emirates havayolları uçuşlarında kazanılan puanlar da bu program kapsamında kullanılabilir.

Flying Qantas and Partner Airlines

Flying Qantas & Jetstar v

Flying with Partner Airlines v

Status Credits and Tier Benefits v

Points Calculators

## Tier Benefits



With four membership tiers above our entry level Bronze, we have lots of ways to reward members.

The higher your tier, the more benefits you receive, such as Status Bonuses (earning a greater number of Qantas Points<sup>1</sup> for each eligible flight), priority check-in, lounge access and much more. The benefits go far beyond the Qantas network too. Find out about privileges you'll receive on **oneworld**<sup>®</sup> alliance airlines and **Emirates**. Check out the benefits and rewards of each tier in the [table below](#).

### Şekil 36: Qantas Frequent Flyer Program

<https://www.qantas.com/fflyer/dyn/program/tier-info> (Erişim 12.11.2015)

### Katar Havayolları

Katar Havayollarının müşteri sadakat programı olan *Privilege Club*, havayolunun ifadesiyle “bizi seçtiğiniz için size teşekkür ederiz” mesajını vermeye yönelik, dört seviyeden oluşan bir sadakat programıdır. Diğer tüm havayollarının müşterilerine sundukları sadakat programlarında olduğu gibi *Privilege Club* programında da üyelik seviyesi arttıkça faydalanılan ayrıcalıklar da artmaktadır.

Üyelik seviyeleri arasında en başlangıç seviyesi olan *Burgundy* üyelikte şu imkanlar sağlanmaktadır:

- *Burgundy* üyeleri öncelikli bekleme listesi ve *Privilege Club* ayrıcalıklarından faydalanabilmektedir.
- Aile üyelik oranı kapsamında, her aile bireyinin gerçekleştireceği uçuş için % 25 bonus puan (Qmiles) kazanma imkanı,

- Ortak olunmayan havayolları ile yapılacak uçuşlarda her aile bireyi için % 100 bonus puan kazanma imkanı,
- Bekleme listesinde öncelik verilmesi (Katar Havayollarında tercih edilecek uçuşun dolu olması halinde bekleme listesinde öncelik sağlanmaktadır ve yer boşaldığında öncelik sağlanmaktadır.)
- Flexi Ödüllerde, Katar Havayolları uçuşunda online hediye bilet alanması durumunda iki kat Qmiles millerle yoğun sezonlarda bile ödül bilet olarak sunulmaktadır.
- Katar Duty Free ve Oryx Galleria'da Qmiles millerle alışveriş yapabilme imkanı sağlanmaktadır.
- Privilege Club üye hizmet merkezi Doha Oryx Galleria'da kullanılacak olan ödül biletlerde % 5 indirim hakkı bulunmaktadır.
- Kişiyeye özel üyelik kartlarının ayrıcalıklarından faydalanılabilmektedir.

*Silver* üyelikte aralarında yolcu salonu kullanımı, business class check-in, ilave bagaj hakkı ve daha nice Privilege Club'a özel ayrıcalıklardan faydalanılabilmektedir. Bu ayrıcalıkları şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Katar Havayolları tarafından pazarlanan ve gerçekleştirilen uçuşlarda % 25 bonus Qmiles milleri kazanma imkanı verilmektedir.
- Aileye özel % 50 oranında mil bonusu her aile bireyinin gerçekleştireceği uçuşta sunulmaktadır.
- Aileye özel % 100 oranında mil bonusu her aile bireyinin Katar ortak havayollarının dışında gerçekleştireceği uçuşta sunulmaktadır.
- Doha'daki Hamad Uluslararası Havalimanında Al Safwa check-in kontuarında First Class işlemler için, business class için Al Mourjan check-in kontuarında, ekonomi sınıf işlemler için 3.sıradaki check-in kontuarları hizmet sağlanmaktadır.

Diğer havalimanlarında seyahat edilecek sınıf ne olursa olsun business class check-in kontuarında işlem yapılmaktadır.

- Tercih edilen Katar Havayolları uçuşu doluysa, bekleme listesine alınıp, uygun koltuk imkanı söz konusu olduğunda öncelik verilmektedir.
- Katar Havayollarının pazarladığı ve gerçekleştireceği uçuşlarda ilave olarak 10 kg bagaj hakkı verilmektedir.
- Seyahat edilen sınıf ne olursa olsun, Doha’da ve diğer seçili havalimanlarında business class yolcu salonlarından faydalanabilme ayrıcalığı sunulmaktadır.
- Hamad Uluslararası Havalimanında ücretsiz olarak “bir defalık” misafir yolcu salonu geçiş pası sağlanmaktadır. Yılda iki kez Doha’daki yolcu salonuna iki misafir geçirebilme hakkı verilmektedir.
- Elverişli olan yerlerde öncelikli boarding imkanı sağlanmaktadır.
- Flexi Ödüllerde, Katar Havayolları uçuşunda online hediye bilet alanması durumunda iki kat Qmiles millerle yoğun sezonlarda bile ödül bilet olarak sunulmaktadır.
- Üyelerin seyahat programlamalarını daha rahat yapabilmeleri için, onların adına hesaplarını yönetecek ve Katar Havayollarıyla irtibat halinde olacak ikiye kadar seyahat koordinatörü imkanı sağlanmaktadır.
- Katar Duty Free ve Oryx Galleria’da Qmiles millerle alışveriş yapabilme imkanı sağlanmaktadır.
- Uçuştan 72 saat önce talep edilmesi durumunda ekonomi sınıfın önlerinden koltuk seçebilme hakkı verilmektedir.
- Kişisel üyelik kartları ile üyelik imkanlarından daha rahat faydalanılabilmektedir.
- Kişiseye özel bagaj etiketi üyelerin bagajlarının tanınması sağlamaktadır.

*Gold* üyelikte aralarında yolcu salonu kullanımı, First class check-in, ilave bagaj hakkı ve daha nice Privilege Club'a özel ayrıcalıklardan faydalanılabilmektedir. Bu ayrıcalıkları şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Katar Havayolları tarafından pazarlanan ve gerçekleştirilen uçuşlarda % 75 bonus Qmiles milleri kazanma imkanı verilmektedir.
- Aileye özel % 100 oranında mil bonusu her aile bireyinin gerçekleştireceği uçuşta sunulmaktadır.
- Aileye özel % 100 oranında mil bonusu her aile bireyinin Katar ortak havayollarının dışında gerçekleştireceği uçuşta sunulmaktadır.
- Doha'daki Hamad Uluslararası Havalimanında Al Safwa check-in kontuarında First Class işlemler için, business class için Al Mourjan check-in kontuarında, ekonomi sınıf işlemler için 3.sıradaki check-in kontuarları hizmet sağlanmaktadır. Diğer havalimanlarında seyahat edilecek sınıf ne olursa olsun business class check-in kontuarında işlem yapılmaktadır.
- İlave bagaj ya da upgrade işlemlerinde kullanılmak üzere 40 Qcredit sağlanmaktadır.
- Tercih edilen Katar Havayolları uçuşu doluysa, bekleme listesine alınıp, uygun koltuk imkanı söz konusu olduğunda öncelik verilmektedir.
- Katar Havayollarının pazarladığı ve gerçekleştireceği uçuşlarda ilave olarak 15 kg. bagaj hakkı verilmektedir.
- Seyahat edilen sınıf ne olursa olsun, Doha'da ve diğer seçili havalimanlarında business class yolcu salonlarından faydalanabilme ayrıcalığı sunulmaktadır.
- Hamad Uluslararası Havalimanında ücretsiz olarak "bir defalık" misafir yolcu salonu geçiş pası sağlanmaktadır. Yılda dört kez Doha'daki yolcu salonuna misafir geçirebilme hakkı verilmektedir.

- Elverişli olan yerlerde öncelikli boarding imkanı sağlanmaktadır.
- Hamad Uluslararası Havalimanında varış, transfer ve gidiş sırasında Al Maha “meet and greet” (buluş ve selamla) hizmeti verilmektedir. Üyenin yanında seyahat eden üye olmayan bir kişi daha bu hizmetten faydalanabilir.
- Tüm online mil kullanımlarında % 5 indirim sağlanmaktadır.
- Ödül bileti daha iyi ödül koltuk alabilmek için kullanım imkanı sağlanmaktadır.
- Flexi Ödüllerde, Katar Havayolları uçuşunda online hediye bilet alanması durumunda iki kat Qmiles millerle yoğun sezonlarda bile ödül bilet olarak sunulmaktadır.
- Üyelerin seyahat programlamalarını daha rahat yapabilmeleri için, onların adına hesaplarını yönetecek ve Katar Havayollarıyla irtibat halinde olacak ikiye kadar seyahat koordinatörü imkanı sağlanmaktadır.
- Katar Duty Free ve Oryx Galleria’da Qmiles millerle alışveriş yapabilme imkanı sağlanmaktadır.
- Doha’da Privilege Club üyelik servis merkezi Oryx Galleria’da Katar Havayolları ödül biletlerini % 5 daha indirimli temin edebilme hakkı verilmektedir.
- Katar Duty Free ve Oryx Galleria’da ayrıcalıklı mil kullanım oranları sağlanmaktadır.
- Uçakta tüm seyahat sınıflarında yer doluyken ekonomi sınıfta yer garantili uçuş imkanı sağlanmaktadır.
- Uçuş saatinden 72 saat önce işleme yapıldığında ekonomi sınıfın ön kısımlarından yer seçebilme hakkı verilmektedir.
- Kişisel üyelik kartları ile üyelik imkanlarından daha rahat faydalanılabilmektedir.
- Kişiseye özel bagaj etiketi üyelerin bagajlarının tanınması sağlamaktadır.
- Bagaj dağıtımında bagajını ilk alacak kişiler arasında olma imkanı sağlanmaktadır.

- Katar, Birleşik Arap Emirlikleri, Kuveyt, Bahreyn yada Umman'daki Katar Havayolları tatil ofislerinde her tatil paketi için % 5 indirim hakkı verilmektedir.

*Platinum* üyelikte Katar Havayolları ile yolculuk yapılmasında daha geniş kapsamlı ayrıcalıklar sunulmaktadır. Aralarında yolcu salonu kullanımı, First class check-in, ilave bagaj hakkı ve daha nice Privilege Club'a özel ayrıcalıklardan faydalanılabilmektedir. Bu ayrıcalıkları şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Katar Havayolları tarafından pazarlanan ve gerçekleştirilen uçuşlarda % 100 bonus Qmiles milleri kazanma imkanı verilmektedir.
- Aileye özel % 100 oranında mil bonusu her aile bireyinin gerçekleştireceği uçuşta sunulmaktadır.
- Aileye özel % 100 oranında mil bonusu her aile bireyinin Katar ortak havayollarının dışında gerçekleştireceği uçuşta sunulmaktadır.
- Platinum üye olarak kalındığı müddetçe hiçbir milin geçerlilik süresinde dolma gibi bir durum söz konusu olmamaktadır.
- Doha'daki Hamad Uluslararası Havalimanında Al Safwa check-in kontuarında First Class işlemler için, business class için Al Mourjan check-in kontuarında, ekonomi sınıf işlemler için 3. sıradaki check-in kontuarları hizmet sağlanmaktadır. Diğer havalimanlarında seyahat edilecek sınıf ne olursa olsun business class check-in kontuarında işlem yapılmaktadır.
- İlave bagaj ya da upgrade işlemlerinde kullanılmak üzere 60 Qcredit sağlanmaktadır.
- Tercih edilen Katar Havayolları uçuşu doluyorsa, bekleme listesine alınıp, uygun koltuk imkanı söz konusu olduğunda öncelik verilmektedir.
- Katar Havayollarının pazarladığı ve gerçekleştireceği uçuşlarda ilave olarak 20 kg. bagaj hakkı verilmektedir.



- Seyahat edilen sınıf ne olursa olsun, Doha'da ve diğer seçili havalimanlarında business class yolcu salonlarından faydalanabilme ayrıcalığı sunulmaktadır ayrıca ilaveten iki misafir de aynı imkandan faydalanabilmektedir.
- Hamad Uluslararası Havalimanında ücretsiz olarak "bir defalık" misafir yolcu salonu geçiş pası sağlanmaktadır. Yılda beş kez Doha'daki yolcu salonuna misafir geçirebilme hakkı verilmektedir.
- Elverişli olan yerlerde öncelikli boarding imkanı sağlanmaktadır.
- Hamad Uluslararası Havalimanında varış, transfer ve gidiş sırasında Al Maha "meet and greet" (buluş ve selamla) hizmeti verilmektedir. Üyenin yanında seyahat eden üye olmayan bir kişi daha bu hizmetten faydalanabilir.
- Tüm online mil kullanımlarında % 5 indirim sağlanmaktadır.
- Ödül bileti daha iyi ödül koltuk alabilmek için kullanım imkanı sağlanmaktadır.
- Flexi Ödüllerde, Katar Havayolları uçuşunda online hediye bilet alanması durumunda iki kat Qmiles millerle yoğun sezonlarda bile ödül bilet olarak sunulmaktadır.
- Üyelerin seyahat programlamalarını daha rahat yapabilmeleri için, onların adına hesaplarını yönetecek ve Katar Havayollarıyla irtibat halinde olacak ikiye kadar seyahat koordinatörü imkanı sağlanmaktadır.
- Katar Duty Free ve Oryx Galleria'da Qmiles millerle alışveriş yapabilme imkanı sağlanmaktadır.
- Doha'da Privilege Club üyelik servis merkezi Oryx Galleria'da Katar Havayolları ödül biletlerini % 5 daha indirimli temin edebilme hakkı verilmektedir.
- Katar Duty Free ve Oryx Galleria'da ayrıcalıklı mil kullanım oranları sağlanmaktadır.
- Uçakta tüm seyahat sınıflarında yer doluyken ekonomi sınıfta yer garantili uçuş imkanı sağlanmaktadır.

- Uçuş saatinden 72 saat önce işlem yapıldığında ekonomi sınıfın ön kısımlarından yer seçebilme hakkı verilmektedir.
- Kişisel üyelik kartları ile üyelik imkanlarından daha rahat faydalanılabilmektedir.
- Kişiseye özel bagaj etiketi üyelerin bagajlarının tanınması sağlamaktadır.
- Bagaj dağıtımında bagajını ilk alacak kişiler arasında olma imkanı sağlanmaktadır.
- Katar, Birleşik Arap Emirlikleri, Kuveyt, Bahreyn yada Umman'daki Katar Havayolları tatil ofislerinde her tatil paketi için % 5 indirim hakkı verilmektedir.
- Katar Duty Free'de seçili ürün ve mağazalarda % 10 indirim imkanı sağlanmaktadır. bu indirim promosyon yada diğer herhangi bir ödeme şekli ile bağlantılı olmayan nakit ya da kredi kartı ile yapılacak ödemeler için geçerlidir.
- Privilege Club yada Katar Havayolları ile alakalı her türlü irtibat ve işlem için “öncelikli hizmet” imkanı sağlanmaktadır.

Yukarıda belirtilen seviyelerde üyelik elde edebilmek için her seviye için toplanılması gereken *Qpoints* denilen puanlar bulunmaktadır. Bu puanların uçuşlara göre hesaplanmasına yönelik olarak da *Qcalculator* denilen bir program kullanılmaktadır.

Privilege Club seviyelerine göre en düşük seviye olan *Burgundy* seviyesi için alınması zorunlu olan puan sayısı bulunmamaktadır. *Silver* seviyesine yükselbilmek için 150 Qpoints, *Gold* seviyesine yükselmek için 300 Qpoints, *Platinum* üyelik seviyesine yükselbilmek için 600 Qpoints gerekmektedir.

[http://www.qatarairways.com/PrivilegeClub/member\\_benefits.page](http://www.qatarairways.com/PrivilegeClub/member_benefits.page) (Erişim Tarihi: 04.05.2016)

### 3. GULF ALLIANCE (KÖRFEZ İTTİFAKI) MÜŞTERİ SADAKAT PROGRAMI ÖNERİSİ

#### 3.1. Yöntem

Çalışmanın önceki kısımlarında ifade edidiği üzere günümüz havacılık dünyasında farklı ülke havayollarının oluşturmuş olduğu üç büyük havacılık ittifakı söz konusudur.

Ancak özellikle yine çalışmanın farklı kısımlarında ifade edildiği gibi, dünya havacılık merkezinde devam edegelen eksen kaymasının bir doğal sonucu olarak havacılık dengelerinde çok ciddi değişiklikler oluşmuş ve gelecekte de oluşmaya devam edeceği yönünde havacılık uzmanlarının görüşleri mevcuttur.

Körfezde çok büyük gelişmeler gösteren ve hızla da filo, hizmet kalitesi ve network olarak büyüyen körfez taşıyıcıları dünyanın büyük havayolları arasında yerlerini almıştır. Katar Havayolları, Etihad ve Emirates'in günümüz havacılığındaki mevcut eksen kaymasının geopolitik ve doğal bir avantajı olarak bir ittifak oluşturmaları hem kendi ağları, ticaret hayatları ve karlılıkları açısından olumlu sonuçlar doğurabilecektir. Bu çerçevede de bu yeni model olarak önerilen ittifaka ait bir müşteri sadakat programı önerisi de bu çalışma ile ele alınmaktadır.

Kalitatif analiz yöntemlerinden biri olan “deep interview” –derinlemesine mülakat görüşmesi ile çalışma sonunda amaçlanan “Gulf Alliance” model önerisine temel teşkil edecek şekilde veri elde edilmesi amaçlanmaktadır.

Körfez ittifakı kapsamında yer alması öngörülen üç büyük körfez taşıyıcı olan Katar, Emirates ve Etihad ile alakalı röportaj soruları, detaylı ve derinlemesine bir şekilde önerilen model ile alakalı verilerin analiz edilmesine de imkan sağlayacaktır.

### 3.2. Gulf Alliance Müşteri Sadakat Programı

Başlangıç aşamasında çalışmanın muhtelif yerlerinde de vurgulandığı üzere üç büyük körfez havayolunun gerçekleştirmeleri model olarak önerilen “Gulf Alliance” ittifakı kapsamında “Gulf Alliance” müşteri sadakat programı da model olarak sunulmaktadır.

Beş üyelik seviyesinden oluşması önerilen bu müşteri sadakat programının adının da *Gulf & More* sadakat programı olması önerilmektedir. *Gulf & More* programının kullanım ve şekillenmesine ilişkin önerileri de şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Program beş üyelik seviyesinden oluşmaktadır: *Gulf & More Classic*, *Gulf & More Classic Plus*, *Gulf & More Elite*, *Gulf & More Elite Signature*, *Gulf & More Lifetime Elite Signature*.
- Başlangıç üyelik seviyesi olan Classic seviyede Gulf Alliance üyesi üç havayolu veya bu üç havayolunun özel anlaşmalı oldukları/olacakları havayolları ile gerçekleştirecekleri ilk uçuş sonrasında, müşterilerin irtibat adreslerine Classic üyelik kartı gönderilecektir. 12 ay boyunca devam edecek olan üyeliğin yenilenmesi için de 1 adet uçuş gerçekleştirilmesi gerekmektedir.
- Tüm üyelik seviyelerinde Gulf Alliance üyesi üç havayolu veya bu üç havayolunun özel anlaşmalı oldukları/olacakları havayolları ile gerçekleştirilecek tüm uçuşlarda kazanılacak *gulf* miller indirimli bilet, upgrade, otel konaklama, araba kiralama gibi anlaşmalı kurumlarla olan alışverişlerde de kullanılabilir.
- Havayolları dışından olan anlaşmalı kurumlarda yapılan alışverişlerden de üyeler mil kazanabilmektedir.
- Classic üyelere sms ve email yoluyla üyelik güncel bilgilendirmeleri yapılacaktır.

- *Shop & Gulf* online alışveriş sitesinden de indirimli ürünleri gulf mil kullanarak Classic üyeler temin edebilecektir. Bu üyelere tüm *Shop & Gulf* online alışveriş sitesi ürünlerinde % 10 indirim uygulanacaktır.
- Doğum günlerinin olduğu aylarda da tüm üyelik seviyelerinde müşterilere özel hediye ve indirim verilecektir.
- Bir üst üyelik seviyesi olan *Gulf & More Classic Plus* üyelik seviyesine yükselmek için 25.000 gulf mili kazanmak yada Gulf Alliance üyesi havayollarıyla en az tek yön 25 uçuş gerçekleştirmek gerekecektir.
- *Gulf & More Classic Plus* üyeler Gulf Alliance ittifakındaki havayolları ile veya bu üç havayolunun özel anlaşmalı oldukları/olacakları havayolları ile gerçekleştirecekleri uçuşlarda % 25 ilave gulf mili kazanabilecektir.
- *Gulf & More Classic Plus* üyelik seviyesinde üyelere sunulacak ayrıcalıklar daha da artmaktadır.
- Gulf Alliance üyesi üç havayolu veya bu üç havayolunun özel anlaşmalı oldukları/olacakları havayolları ile gerçekleştirilecek tüm uçuşlarda kazanılacak *gulf* miller indirimli bilet, upgrade, otel konaklama, araba kiralama gibi anlaşmalı kurumlarla olan alışverişlerde de kullanılabilir.
- Havayolları dışından olan anlaşmalı kurumlarda yapılan alışverişlerden *Gulf & More Classic Plus* üyeler mil kazanabilecektir.
- Gulf Alliance ittifakındaki havayolları ile gerçekleştirilecek uçuşlarda *Gulf & More Classic Plus* % 25 ilave mil kazanabilecektir.
- *Gulf & More Classic Plus* üyelere sms ve email yoluyla üyelik güncel bilgilendirmeleri yapılacaktır.

- *Shop & Gulf* online alışveriş sitesinden de indirimli ürünleri gulf mil kullanarak *Gulf & More Classic Plus* üyeler temin edebilecektir. Bu üyelere tüm *Shop & Gulf* online alışveriş sitesi ürünlerinde % 15 indirim uygulanacaktır.
- *Gulf & More Classic Plus* üyelere öncelikli boarding, check-in ve bagaj teslim alma hakkı verilecektir.
- 7/24 *Gulf & More Classic Plus* üyelere hizmet veren “redline” müşteri hizmeti verilecektir. Bir yıl içinde 2 adet kendileri ve beraber seyahat edecekleri arkadaşları için business lounge kullanabilme imkanı sağlanacaktır.
- *Gulf & More Classic Plus* üyelere Premium check-in kontuarda biletleme hizmeti verilecektir.
- *Gulf & More Elite* üyelik seviyesine ulaşabilmek için 50.000 gulf mili kazanmak yada Gulf Alliance üyesi havayollarıyla en az tek yön 50 uçuş gerçekleştirmek gerekecektir.
- *Gulf & More Elite* üyelik seviyesinde üyelere sunulacak ayrıcalıklar daha da artmaktadır.
- Gulf Alliance üyesi üç havayolu veya bu üç havayolunun özel anlaşmalı oldukları/olacakları havayolları ile gerçekleştirilecek tüm uçuşlarda kazanılacak *gulf* miller indirimli bilet, upgrade, otel konaklama, araba kiralama gibi anlaşmalı kurumlarla olan alışverişlerde de kullanılabilir.
- Havayolları dışından olan anlaşmalı kurumlarda yapılan alışverişlerden *Elite* üyeler mil kazanabilecektir.
- Gulf Alliance ittifakındaki havayolları ile gerçekleştirilecek uçuşlarda *Elite* üyeler % 50 ilave mil kazanabilecektir.

- Elite üyelere sms ve email yoluyla üyelik güncel bilgilendirmeleri yapılacaktır.
- *Shop & Gulf* online alışveriş sitesinden de indirimli ürünleri gulf mil kullanarak Elite Signature üyeler temin edebilecektir. Bu üyelere tüm *Shop & Gulf* online alışveriş sitesi ürünlerinde % 20 indirim uygulanacaktır.
- *Gulf & More Elite* üyelere öncelikli boarding, check-in ve bagaj teslim alma hakkı verilecektir.
- 7/24 *Gulf & More Elite* üyelere hizmet veren “redline” müşteri hizmeti verilecektir.
- Bir yıl içinde kendileri için sınırsız ve beraber seyahat edecekleri arkadaşları için 2 kez business lounge kullanabilme imkanı sağlanacaktır.
- *Gulf & More Elite* üyelere Premium check-in kontuarda biletleme hizmeti verilecektir.
- *Gulf & More Elite Signature* üyelik seviyesine ulaşabilmek için 100.000 gulf mili kazanmak yada Gulf Alliance üyesi havayollarıyla en az tek yön 100 uçuş gerçekleştirmek gerekecektir.
- *Gulf & More Elite Signature* üyelik seviyesinde üyelere sunulacak ayrıcalıklar daha da artmaktadır.
- Gulf Alliance üyesi üç havayolu veya bu üç havayolunun özel anlaşmalı oldukları/olacakları havayolları ile gerçekleştirilecek tüm uçuşlarda kazanılacak *gulf* miller indirimli bilet, upgrade, otel konaklama, araba kiralama gibi anlaşmalı kurumlarla olan alışverişlerde de kullanılabilir.
- Havayolları dışından olan anlaşmalı kurumlarda yapılan alışverişlerden *Elite Signature* üyeler mil kazanabilecektir.

- Gulf Alliance ittifakındaki havayolları ile gerçekleştirilecek uçuşlarda Elite Signature üyeler % 100 ilave mil kazanabilecektir.
- Elite üyelere sms ve email yoluyla üyelik güncel bilgilendirmeleri yapılacaktır.
- *Shop & Gulf* online alışveriş sitesinden de indirimli ürünleri gulf mil kullanarak Elite Signature üyeler temin edebilecektir. Bu üyelere tüm *Shop & Gulf* online alışveriş sitesi ürünlerinde % 25 indirim uygulanacaktır.
- *Gulf & More Elite Signature* üyelere öncelikli boarding, check-in ve bagaj teslim alma hakkı verilecektir.
- 7/24 *Gulf & More Elite Signature* üyelere hizmet veren “redline” müşteri hizmeti verilecektir.
- Bir yıl içinde kendileri için sınırsız business sınıf uçuş hakkı, 6 kez first class uçuş hakkı ve beraber seyahat edecekleri arkadaşları için 4 kez business lounge kullanabilme imkanı sağlanacaktır.
- *Gulf & More Elite Signature* üyelere Premium Signature check-in kontuarda biletleme hizmeti verilecektir.
- 500.000 gulf mil kazanan üyeler *Lifetime Elite Signature* üyeliğe yükselmektedir. Gulf & Miles program seviyesinde erişilebilecek en üst üyelik seviyesi olan *Lifetime Elite Signature* üyelikte Elite Signature üyelikte sağlanan tüm ayrıcalıkların haricinde toplam dört kişiye, Lifetime Elite Signature üyelerin Elite Signature kart imkanından faydalandırabilme hakkı verilecektir.



- *Gulf & More Classic* üyelik seviyesinin devam edebilmesi için üyelerin bir yıl içinde en az bir uçuş gerçekleştirmeleri gerekmektedir. *Gulf & More Classic Plus* üyelik seviyesinin devam edebilmesi için üyelerin bir yıl içinde en az 20 uçuş gerçekleştirmeleri yada 20.000 gulf mil kazanmaları gerekecektir, *Gulf & More Elite* üyelik seviyesinin devam edebilmesi için üyelerin bir yıl içinde en az 40 uçuş gerçekleştirmeleri yada 40.000 gulf mil kazanmaları gerekecektir.
- *Gulf & More Elite Signature* üyelik seviyesinin devam edebilmesi için üyelerin bir yıl içinde en az 80 uçuş gerçekleştirmeleri yada 80.000 gulf mil kazanmaları gerekecektir. Tüm diğer üyelik süreleri bir yıllığına geçerli olurken, *Gulf & More Lifetime Elite Signature* üyelik ömür boyu geçerlidir.
- Gulf Alliance üyesi üç havayolu veya bu üç havayolunun özel anlaşmalı oldukları/olacakları havayolları ile gerçekleştirilecek tüm uçuşlarda *Gulf & More Classic Plus* üyelere ilave 15 kg. bagaj hakkı, *Gulf & More Elite* üyelere ilave 20 kg. bagaj hakkı, *Gulf & More Elite Signature* üyelere ilave 23 kg. bagaj ve bir set kayak, golf ve spor malzemeleri ücretsiz taşıma hakkı, *Lifetime Elite Signature* üyelere ise ilave 23 kg. bagaj, bir set kayak, golf ve spor malzemeleri ücretsiz taşıma hakkı ve 10 kg'lık ilave el çantası hakkı verilecektir.
- Yolculuklarının her aşamasında *Gulf & More Elite Signature* ve *Lifetime Elite Signature* üyelere evlerinden uçuşlarına gidiş gelişlerinde özel şoför hizmeti verilecektir.

### 3.3. Gulf Alliance Modeli İle Alakalı Zorluklar ve Yetersizlikler

Körfez ülkeleri yıllar öncesinden bir araya gelip havacılıkta güç oluşturma ve ittifak ile hareket edebilme adına bir adım atmışlardır. Bu adım vesilesiyle “Gulf Air” adlı havayolu firmasını kurmuşlardır. Aralarında Umman, Bahreyn ve Birleşik Arap Emirlikleri gibi körfez ülkelerinin önemli bir kısmının ittifakıyla kurulmuş bu havayolu daha sonra her ülkenin başkanının, emirinin kendi ülkelerinin adlarını ön plana çıkarmalarına yönelik gayretleri sonucunda merkezîyetçilik ortadan kalkmış ve başarısız diye adlandırılabilen bir çeşit körfez ittifakı denemesi söz konusu olmuştur. 2011 senesinde Arap Taşıyıcıları Birliği Genel Kurulunda bir kez daha körfezde bir ittifak kurulması yönünde teklif olumlu olarak değerlendirilmiş, ancak atılan somut adım olmamıştır.

“Ego”, kişisel kapris ve yüksek beklentiler devlet başkanı ve emir olan körfez taşıyıcılarının önünde ittifak olamama adına en büyük zorluk ve engellerden biri olarak işaret edilmektedir. Maddiyattan ziyade idari, prensip ve kurallar açısından böyle bir ittifakın kurulmasının zorlukları Montreal’de IATA’nın (International Air Transport Association) üst düzey, körfez ülkeleri kökenli ve söz konusu ülke kültürlerini ve havacılık uygulamalarını da çok iyi bilen iki yöneticisiyle gerçekleştirilmiş olan röportajda da ifade edilmiştir.

Körfez taşıyıcılarını ve bölgeyi çok iyi bilen üst düzey havacılık yöneticileriyle “Körfez İttifakı” model önerisi ile alakalı yapmış olunan röportajda IATA’nın Hesaplaşma Hizmetleri, Ürün Portfolio Başkanı Amine Muhammed Boulaghmen ve IATA’nın eski Eğitim Başkanı Ismail Albaidhani ile görüşülmüş olup, mülakatın genel çerçevesi içinde sorulan soruların ekseni şu şekildedir:

- Vakıf olamayacağımız bir şekilde Körfez İttifakı diye bir ittifak var mıdır?
- Böyle bir ittifakın kurulması durumunda nasıl zorluklarla karşılaşılabilir?

- “Gulf Alliance” gibi bir ittifak kuralım deseler bunun nasıl hayata geçebileceğini düşünüyorsunuz?
- Politik, siyasi platformda ve devletler bazında bu körfez ülkeleri bir araya gelmeye karar verseler ve bir ittifak için hareket edecek olsalar, ne tavsiye ederdiniz?

Model olarak önerilen “Gulf Alliance”ın daha fazla global olabilmesi için codeshare anlaşmaları mı tavsiye edersiniz ya da daha başka ne tavsiye edersiniz?

- Genel olarak havayolu tercihinde fiyat hassasiyetinin körfez yolcuları için geçerli olmadığına ilişkin bir kanı var. Siz ne dersiniz?
- Arap Taşıyıcıların genel konseyinde bir araya gelip bir ittifak kuralım şeklinde bir tekliften bahsetmişsiniz. Peki bunun arkasındaki mantık sizce neydi?

Gerek A. Boulaghmen, gerekse I. Albaidhani tarafından “Gulf Alliance” modelinin oluşturulabilmesi ile alakalı en temel sorunlardan bir tanesinin kültürel öncelikler, bireysel tercihler ve egolar olduğu ifade edilmektedir. Mevcut kültürel şartlara göre kurulması çok zor bir model olan “Gulf Alliance” modelinin hayata geçirilebilirse sadece üç büyük körfez taşıyıcı olan Etihad, Emirates ve Katar ile sınırlı kalmaksızın daha geopolitik bir kurguyla kurulabilmesi durumunda ise havacılıkta çok etkin ve etkili bir ittifakın tüm dünyayı etkileyeceğinin de altı çizilmiştir.

Mülakat sırasında böyle bir ittifakın kurulması yolunda iki girişimin olduğu ve bunların başarılı olamadıkları ifade edilmiştir. Güçlüklerle alakalı bir diğer yaşanması muhtemel konunun devletler seviyesindeki ilişkilerden sebep codeshare anlaşmaları ve slot temini olduğu da A. Boulaghmen ve I. Albaidhani tarafından ifade edilmiştir.

Güçlü taraflar arasında yer alan temel faktörlerden bir tanesinin coğrafi ve jeopolitik konum olduğunun da altı çizilirken, idari ve körfez devletleri arasında üst düzey bir mutabakat sağlanabilmesi durumunda kurulabilecek muhtemel bir körfez ittifakının tüm dünya havacılık sektörünü çok ciddi olarak etkileyeceği de ifade edilmiştir.

Körfez taşıyıcıları arasında “lüks” denilebilecek hizmet kalitesi ve standartının ekonomi sınıf da dahil olmak üzere tüm seyahat sınıflarında yer alıyor olması da kurulacak körfez ittifakının güçlü tarafları arasında sıralanabilmektedir.



#### 4. SONUÇ, YARGI VE ÖNERİLER

Dünya üzerinde yer alan üç büyük havacılık ittifakı ve bu ittifakların sık uçan yolcuları için sunmakta oldukları müşteri sadakat programları incelendiğinde önemli ölçüde yolcuların sadakatlerini sorgulayıp, yeni arayışlar içine de girmelerine sebebiyet verecek bir gidişat söz konusudur.

Sık uçan yolcuların körfez taşıyıcılarıyla alakalı yapmış oldukları en belirgin tespitlerden birisi ise; bu havayollarının müşterilerini şımartırken, cazip fiyatlar sunmaları ile nam yapmış olmaları ile alakalıdır ve genç filoları, uygun bağlantılı, daha uygun fiyatlarla, daha kaliteli ve lüks uçuş imkanları sunmaları da gözardı edilmemesi gereken bir noktadır.

“Müşterilerini şımartırken, cazip fiyatlar sunmaları” belki de en çok altı çizilmesi gereken hususlardan biridir ki; körfez taşıyıcılarının hali hazırda ayrı ayrı uygulamaya koydukları müşteri sadakat programlarında da her geçen gün sadık yolculara daha da farklı hizmet ve ayrıcalıklar sunmaları körfez taşıyıcılarının önemini ortaya koymaktadır.

Körfez bölgesi coğrafi açıdan oldukça avantajlı bir konumda bulunmaktadır ve Singapur da dahil olmak üzere sekiz saatlik bir uçuşla bu bölgeden dünya üzerindeki 4 milyar insana ulaşmak mümkündür ve bu da Avrupa, Afrika ve Orta Doğu’da herhangi bir noktaya mükemmel bağlantılı uçuş imkanı sunmaktadır.

TripAdvisor uçuşları bölgesel direktörü olan Andrew Wong’a göre uzak güneyde Singapur da dahil olmak üzere, Orta Doğu’daki Dubai, Doha ve Abu Dhabi gibi hublar gerçekten de dünyaya açılan kapılar anlamına gelmektedir.

Aralarında Virgin Australia, Alitalia ve Air Seychelles'in de olduğu 7 taşıyıcının hisselerinden almış olan Etihad aynı zamanda yaklaşık 5.8 yaş ortalamasıyla dünyanın en genç uçak filolarından birine sahiptir ve “Gulf Alliance” ittifakında artı bir güç olarak farklı coğrafyalardan havayollarının hissedarlığı da yer almaktadır.

Kuzey Amerika’da United Airlines ve Delta Airlines gibi havayollarında filo yaş ortalaması 15.8 civarında seyretmekte ve müşterilerine sunmuş oldukları sadakat programlarında müşterilere vaat edilenler ya daha da azalmaktadır, ya da vaadi müşterilerin hak edebilmeleri daha da zorlaşmaktadır.

TripAdvisor bölgesel direktörlerinden Andrew Wong’un işaret ettiği yeni uçakların en yeni uçak içi ürünleriyle donatılmış olması, en yeni business class konfigürasyonlarının, en yeni ekonomi sınıf koltuklarının, aydınlatma ayarlarının ve en yeni uçak içi eğlence sistemlerinin yer almasıdır. Gulf Alliance ittifakını oluşturacak üç büyük körfez taşıyıcısının da filo yaş ortalamaları çok düşük olup, Avrupa, Kuzey Amerika ve Amerika’daki havayollarının büyük bir bölümünün tam aksine “müşterilerine vaat ettikleri şeyler daha da artan ve vaat edilenlere daha kolayca ulaşılabilmesine imkan sağlayan” bir kurguyla hareket edilmesi dünya havacılık dengelerini çok ciddi etkilerken, aynı zamanda “Gulf Alliance İttifakı ve Gulf & More sadakat programı da ayrı bir değer oluşturacaktır.

Georgetown Üniversitesi McDonough School of Business’de misafir profesör olarak görev yapan Rob Britton,10.14. 2015 tarihinde huffingtonpost.com adlı blogda yazdığı yazıda Körfez taşıyıcılarının sadece Amerika’yı değil tüm dünyayı etkilediğini ifade edip, “Lufthansa’nın en büyük hubı Frankfurt, Körfez taşıyıcılarının pazara girmelerinden sonra Avrupa ve Asya’daki pazar payının yaklaşık üçte birini kaybetti ve bunun sonucu olarak da Afrika, Güneydoğu Asya ve Pasifik’te 20’den fazla şehre uçuşlarını kesmek zorunda kaldı” demiştir. İşte ittifak halinde hareket edecek, ortak bir müşteri sadakat programı ile bu ittifakı daha da taçlandırmış olacaktır.

2015 Martında tamamlanan finansal yılla beraber Emirates grubu 27 yıldır kar açıklamaktadır. Bir önceki seneye nazaran % 34 artışla 1.5 milyar dolar kar ve %7 artışla 24.2 milyar dolar gelir elde etmişlerdir.

Bir diğer Körfez taşıyıcısı olan Etihad'a baktığımız zaman bugüne kadar en güçlü finansal sonuçları toplam 7.6 milyar dolarlık gelir ve 73 milyon dolar net karla 2014 senesinde elde ettiği görülmektedir. Bir önceki yıla nazaran kar % 52.1 artarken, gelir % 26.7 oranında artmıştır. "Gulf Alliance" ittifakı kurgusu bu karlılık oranlarını daha da arttırıp, sürdürülebilir karlılığı sağlayacaktır.

Sidney'deki Havacılık Merkezinde Orta Doğu ve Afrika'dan sorumlu kıdemli havacılık analisti Simon Elsegood körfez havayollarının başarısı şöyle ifade etmektedir: "Havacılık-dostu yatırımlar ve kendi yerel hükümetlerinin düzenleyici kararları, havacılıkta liberalleşme çabaları, modern ve etkin tiplere odaklanan agresif filo büyümesi, Avrupa-Asya seyahatlerinin hızlı gelişimi ve düşük ücret bazı gibi bir kombinasyondan faydalanıyorlar. Bu gıpta edilecek düşük ücret bazı kendi ülke piyasaları kapsamında, yasal yapılarına ve iş modellerine uygun olarak ve özellikle vergi ve iş politikalarıyla şekillenmiştir."

Bu ifade edilen hususlar "Gulf Alliance İttifakı ve Gulf & More sadakat programı vesilesiyle daha da değer kazanacak ve güçlenecektir.

Bloomberg'de Justin Bachman 19 Aralık 2013 tarihli "Value of Frequent-Flyer Miles Will Soon Drop for Delta and United Travelers" adlı yazısında, sık uçan Delta ve United havayolları yolcularının kazandıkları millerin değersizleşeceğine işaret etmektedir. Banchman şu şekilde örnek vermektedir: "United ile Kuzey Amerika'dan Avrupa'ya first class uçabilmek için 135.000 mil gerekirken, bu rakam aynı uçuş için 220.000 mile çıkmaktadır.

Delta ile Amerika'dan Avrupa'ya gidiş geliş business sınıf bilet için 25.000 mil gerekirken bu rakam 125.000'e çıkmaktadır. Asya'ya Amerika'dan gerçekleşecek gidiş gelip uçuşlarda 20.000 milden 140.000 mile ihtiyaç söz konusudur.”

Bu çalışma sonrasında varılan yargılardan birisi de, önemli olanın havacılık ittifaklarındaki üyelerin sayısal fazlalığı değil, sunulan hizmet kalitesinin yüksekliğidir. Az sayıda üyesi olan bir havacılık ittifakı da iyi hizmet ağı, uygun ortak kurum ve havayolları anlaşmaları ile etkili ve etkin bir yer elde edebilir.





## **EKLER**

### **EK 1. Derinlemesine Mülakat Görüşmesi**

Tarih: 10.13. 2016

Yer: Montreal

Mülakat Süresi: 5 saat

Röportajı Yapan: Muhittin Hasan Uncular (MHU)

Görüşülen Kişi 1: Amine Muhammed Boulaghmen (AMB)

Görüşülen Kişi 2: Ismail Albaidhani (IA)

Sn. Amine Muhammed Boulaghmen (IATA Hesaplaşma Hizmetleri, Ürün Portfolio Başkanı) ve Ismail Albaidhani (IATA Eski Eğitim ve Gelişim Enstitüsü Başkanı) ile 10.13. 2016 tarihinde Montreal'de Havacılık İttifaklarında Pazarlama Aracı Olarak Müşteri Sadakat Programlarının Yeri: Gulf Alliance Model Önerisi doktora tezi ile alakalı görüşülmüştür.

MHU: Öncelikle kıymeti vakitlerinizi bu görüşme için ayırdığınız için çok teşekkür ederim. “Havacılık İttifaklarında Pazarlama Aracı Olarak Müşteri Sadakat Programlarının Yeri: Gulf Alliance Model Önerisi “doktora tezimiz ile alakalı sizler gibi iki duayenle bir arada bulunmak benim için ayrı bir önem taşıyor. İttifakların temeline baktığımızda müşteri elde edebilme adına bir birlikteliğin ve sinerjinin olduğunu görüyoruz. Sadakat programları da bildiğiniz üzere pazarlamada önemli bir araç olarak karşımıza çıkıyor. Dünyadaki tüm bu yapılanma karşısında önümüze üç büyük ittifakın varlığı çıkıyor.

Star Alliance, Oneworld ve Skyteam. Bizim bu tezimizde öneri olarak sunduğumuz model ise “Gulf Alliance” böyle bir körfez ittifakı var mıdır sizce?

AMB : Böyle bir ittifak söz konusu değil. Her ne kadar yanlış hatırlamıyorsam 2012 senesinde Arap Taşıyıcıları genel kurulunda Türk Hava Yolları Genel Müdürü Dr. Kotil'in de bulunduğu toplantıda neden böyle bir ittifak kurulmuyor, haydi kuralım şeklinde bir öneride bulunulmuştu ve Dr. Kotil de buna sıcak bakıp tabii ki neden kurulmasın? Çalışalım demişti. Ama oradan bir sonuç çıkmadı.

Tabii ki şunu da bilmekte fayda var sadece üç büyük ittifak olarak Oneworld, Skyteam ve Star Alliance gibi ittifaklar söz konusu değil. Bunların yanında yeni doğmuş olan ve ciddi önem arz eden iki tane de Low Cost Carrier ittifakı var.

Bunlardan bir tanesi Asya-Pasifik'te U-Fly alliance adında bir ittifak ve bir diğeri de Value Alliance, Scoot ve Jeju havayollarının arasında olduğu . Bunların hepsi Asya-Pasifik'te LCC modeli üzerinden ittifak yapmış olan havayolları.

Bir diğeri de Güney Afrika'da kurulmuş olan Vanilla Alliance ki; bunun arasında Madagaskar ve Morityus havayolları da vardır. Bu LCC'ye bakacak olursak, iki prensiplerinin olduğunu görürüz. Bunlardan biri çok yaygın ve önemlidir ki; bunun sadakat ile alakası bulunmamaktadır. Sadakatin daha değişik anlam ve tanımlamaları vardır. İttifaklardaki sadakate baktığımızda önümüze sadece bir husus çıkar: Müşteri sadakatini bir network vasıtasıyla sağlamak ve dünya çapında bir yapıyı ihtiva etmek. Havayolları nasıl duruş sergiler bu ittifaklarda? Örneğin Air France ben Air France'ım, globalim ve her yerde daha da global olmak istiyorum ve ürün bazında yolcu da aynı kimlikle dünya çapında hareket eder. Bu şekilde ilk fikir budur. Tüm ittifaklara baktığımızda hepsinin aynı networka sahip olmadıklarını görürüz. Aynı rotaları paylaşmış olsalar, codeshare anlaşmaları yapmış olsalar da hatta filolarının büyümelerini devam ettirseler de network hala ayrı bir prestij kaynağı. Biri diğeri yapmadığını hissediyor, eğer bir havayolunun bir ittifaka üye olma sürecine bakacak olursak çok büyük bir sürecin içinden geçtiklerini görürsünüz.

Sistemlerin muntazaman çalıştığını sağlamak durumundalar, bir yarış durumu söz konusu değil burada, tüm üyeler için bir onay süreci söz konusudur ve bir çeşit iş vardır burada. Bunu ilk prensip olarak alırsanız ki; bu networktur ve ikincisi de bu ittifak içinde bu üyelerin kimliğini nasıl elde edebilirler hususudur. Bunu körfezde olanlara uyarlayacak olursanız, bir şey görürsünüz ve siz de söylediniz. Sadece bir iş modeli vardır ve aynı networkta faaliyet gösterilir ve aynı prensiple müşteriye değer önermesi sunulur, yüksek kaliteli business ve first class hizmet verilir ve ekonomi sınıfta da aslında üç aşağı beş yukarı benzer bir kalite ortaya koyulur. Ve bu ittifaklar arasında özellikle körfezle alakalı ön plana çıkan en önemli bir diğer element ise kültür ve egodur. Ve yine sizin daha önce söylediğiniz gibi körfezdeki her havayolunun Emirates, Etihad ve Katar 'ın arkasında bir şeyh vardır. Ve hepsi yaşadıkları şehri ön plana çıkarıp onun reklamını yapmak istiyor. Ve Etihad ve Emirates'e baktığımızda birbirlerinden yaklaşık 150 km uzakta olduklarını görürsünüz ve onlar aynı model iş ve para anlayışıyla mücadele etmektedirler. Şöyle de ilginç bir hikaye vardır: Emirates 2002 senesinde Haima diye bir şirket kurdu ve 10 yıldan fazla bir süredir mücadele ediyorlar ve aynı modelle hareket ettiler. Hiçbir zaman bir ortaklık kurma gibi bir hareket içine girmediler çünkü rekabet etmek için bir sebepleri de yoktu. Herkes kendi işini oluşturmayı ve sürdürmeyi düşünüyor niye? Çünkü hepsinin iş modeli aynı. Networkları da bir ayrıcalık ve lutüf şeklinde bir şey de değil.

Benim kanaatimce körfez taşıyıcılarının bir ittifak oluşturmaları çok zor. Çünkü ittifakların kendi içlerinde bir düzen gereklilikleri vardır ve bu körfez taşıyıcıları arasında oldukça zordur ve bu da bir diğer önemli husustur.

MHU: Bu sebeplerden dolayı körfez taşıyıcılarının ittifak kurlmaları oldukça zor görüldüğünü düşündüğünüzü ifade ediyorsunuz. Körfezdeki her havayolunun arkasında bir şeyhin olması, birbirlerine yaklaşık 150 kilometre mesafelerde dahi olsalar her şeyhin kendi şehrinin promote edip ön plana çıkarma gayretini de ifade ettiniz.

Belki de hiçbir şekilde bir ittifak oluşturma niyetinde de olmadıklarına işaret ediyorsunuz. Peki öyle yada böyle, bir şekilde “haydi bir ittifak kurup ona göre hareket edelim ve bu ittifaka da “Gulf Alliance” diyelim” deseler bunun nasıl hayata geçebileceğini düşünüyorsunuz?

AMB : Geçmişe gidip bilgi vermek istediğim bir husus var. Gulf Airlines’in hikayesini bilir misiniz?

MHU: Tam olarak değil.

AMB: Tamam. Gulf Air aslında körfezdeki tüm ülkelerin bir araya gelmeleri ile kurulmuştur. Umman, Emirates, Katar.

IA: Bahreyn

AMB: Ve körfezdeki tüm ülkeler. Ve bu da bir çeşit ittifaktı aslında. Çünkü körfez ülkelerini temsil ediyordu ve kendi ülkelerini ön plana çıkarmak için de çaba harcıyorlardı ancak belli noktalardan baktığımızda her ülkenin kendine has büyüme politikası ve şeklinin olduğunu görüyoruz. Ve havayolu büyümekte olan ülkelerin bir kurbanı oldu ve ülkelerin nihayi hedef ve nokta olarak gördükleri bir husus olmadı. Bir havayolu için yatırım yapılıyorsa bu o ülkenin promote edilmesi için de yatırım yapılması anlamına gelir. Ve sadece isimlere baktığımızda bile bu konu daha net anlaşılır.

Etihad mesela diğerlerine göre biraz daha geç kurulan bir havayolu, daha önce kurulmuş olsaydı belki ona Emirates yada Abu Dabi gibi bir şey diyeceklerdi. Gulf Air’i kurduklarında, iyi iş çıkarıyordu ta ki her ülke kendi ülkesini ön plana çıkarmak isteyip ve bölgede bir oyuncu olarak boy göstermek isteyinceye kadar. Sonra oturup, her ülkenin kendi havayolunu kurma fikrini düşündüler. Körfez içinde, hepsinin de arkasında bir şeyh olmasına rağmen, tüm bu ülkelerin şehirlerini adil ve doğru bir şekilde ön plana çıkarabilmek mümkün olamadı.

Başladıktan sonra % 60 oranında Emirates yada diğerleri kendi şehirlerini ön plana çıkarıp promote etmeye çalıştı. Şayet o şehirde iş yoksa bir havayolu işinin de sürdürülebilirliği mümkün değildir.

Bağlantılılıkta alakalı bir sorun olmayabilir evet ama şehirde hiçbirşey yoksa bu işe yaramayacaktır.

Bu yüzden Dubai markasını oluşturmak ve iş yapmak için ve aynı şey Doha için de geçerli herkes kendi yolu ve yöntemiyle ülke ve şehirlerinin reklamını yapmaya çalıştı ve o yüzden pek de başarılı olunamadı. Senin soruna tekrar dönecek olursak, “Gulf ittifakı” gibi bir ittifak için zamana değil ama sağlam, çok sağlam karar mekanizmalarına ihtiyaç olacaktır. Bu olamayacak, imkansız bir şey değil. Ancak belki de “Gulf alliance ” adından daha parlak bir isimle çıkmak daha uygun olacaktır.

Çok dikkatli bir şekilde bir analiz yapacak olursak, kapasite ve slot elde edebilmeleri için bu havayollarının nasıl sorunlarla karşılaşacaklarını göreceksiniz. Bazı ülkelerde “open sky” politikası var ama bazı ülkelerde bu tamamen ikili ilişki ve anlaşmalarla çizilmiştir. Şu anda Etihad’ın yaptığı yatırımlara bakarsak, Avrupa’dan ve farklı coğrafyalardan taşıyıcılardan hisse aldıklarını ve yatırım yaptıklarını görürüz. Neden? Çünkü bu kapasitenin istenilen seviyede bulunmasını hedeflemektedirler.

Eğer Avrupa’da kayıtlıysanız, Avrupa’da olmayan başka birinden daha fazla haklara sahip oluyorsunuz ve aynı durum diğer ülkeler için de geçerli. Mesela eğer Emirates’in bir haftada bir destinasyon için iki uçuşluk hakkı varsa ve sonra orada Katar da var demektir. Birbirleriyle codeshare anlaşmaları yaparlar, biri diğerini temsil eder bir duruma geçer ve bir çeşit potansiyel ittifak durumu söz konusudur ama buna bir ittifak diyebilir miyiz bilemiyorum. Çünkü pazarlama açısından ve çok etkileyici bir durum değildir. Bunu bölgesel olarak değil, global olarak yaparsınız.

Ama sinerji oluşturmak birlikte iş imkanları sağlama adına çok önemlidir. Birlikte çalışmalarını gerekir ve ilk unsur budur. Kapasite elde etmek için networka bakarlar ve birinin bir sıkıntısı var mı diye bakarlar. Mesela birkaç yıl önce Emirates'in bir sıkıntısı vardı Kanada'ya uçmayla alakalı ve daha fazla kapasite elde edebilmek için Etihad yada Katar'dan hiç slot alamadılar. Özellikle ikili anlaşmaların olduğu bazı ülkelerde, Open Sky anlaşmasının olmadığı yerlerde bu durum önem taşıyor.

IA: Amine, senin işaret ettiğin Emirates'in Kanada'daki slot hususuyla alakalı bir şey söylemek istiyorum. Star Alliance içinde yer alan Air Canada'yı koruma adına yapılan bir işti bu. Hasan, bir hususu daha ilave etmek isterim senin bu tezinle bağlantılı olarak. Amine'nin tüm söylediklerine katılıyorum ve şunu da ilave etmek isterim.

Gulf Air örneği gerçekten çok farklı bir hikayedir ve ittifak modelinin nasıl çözülüp, dağılıp merkezsizleştiğine güzel bir örnektir. Ama aynı zamanda bunu GCC dediğimiz Körfez İşbirliği Konseyi ile de ilintilendirmeniz gerekir. Makro ekonomik seviyede beş ülke bir tane açık pazarın olma fikrini tartışmaya devam etmektedir. Bu, tüm körfezi birleştiren ve bölgede bir finansal pazar kurgu çabasıdır.

Havayolu dediğiniz zaman bu makro ekonomik yapıda küçük bir parçadan bahsetmiş olursunuz.

Bu bir izolasyon anlamında değil ama Amine'in de bir siyasi iradenin olması gerektiğine işaret ettiği husus, ekonomik etki ve sonra makro düzeyde havayollarının havacılık içinde işbirliği yapabilmelerine yönelik etkenler. Ve bir de sinerji varsa bu da bir lütuftur ve makro düzeyde ilintilendirilmesi gereken bir husustur.

MHU: Senin de ifade ettiğin gibi, Gulf Airlines örneği körfezde ittifak kavramının nasıl dağılıp, sonrasında merkeziyetçilikten uzak, kendi şehirlerini ön plana çıkarıp iş merkezi haline getiren havayollarına dönüşmeleri açısından çok önemli bir örnek.

Körfezi ortak olarak temsil eden bir fikrin aslında nasıl daha sonra değiştiğini de gösteren bir örnek. Her ülkenin kendi yöntem ve usulüne göre iş yapma çabası, irade ve niyeti de böylelikle kendini göstermiştir. Politik, siyasi platformda ve devletler bazında bu körfez ülkeleri bir araya gelmeye karar verseler ve bir ittifak için hareket edecek olsalar, ne tavsiye ederiniz? Örneğin slot elde edebilme, network ve belki de körfez taşıyıcıları bir araya geldiklerinde ortaya çıkabilecek bazı farklı problemler de olabilir. İsim noktasında dahi Amine beyin ifade ettiği gibi “Gulf Alliance” adından belki daha parlak ve güzel bir isim olsa ne dersiniz? Böyle bir ittifak kurulacak olsa sizce ne tür zorluklarla karşılaşılır özellikle diğer ittifaklarla olacak ilişkiler açısından da ele aldığımız zaman. Biraz önce İsmail’in de ifade ettiği gibi Star Alliance ile alakalı korumacı tavırlardan dolayı Katar, Etihad ve Emirates slot konusunda Kanada’da sorun yaşamaya devam ediyor.

AMB: İttifaklara baktığımız zaman gördüğümüz önemli hususlardan biri antitröst dediğimiz konudur, rekabet ve mücadele değildir.

Gulf Alliance gibi bir ittifak olduğunu düşünürsek, muhtemelen çok yüksek oranda bir pazar paylaşımları olmak zorunda ve farklı seviyelerde kaygıları da ortaya çıkarmış olacak. Bir konu çok önem arz ediyor.

Onu teknik olarak verimlilik açısından ele alıyoruz. Uçmak, stopover’ın olması, bağlantılı uçuşlar körfez bölgesindeki havayolları açısından en çok önem arz eden konular arasında çünkü onlar için Super Bowl gibi bir şeyin öneminden çok daha kısa ve daha verimli ve diğer taşıyıcılarla da beraber çalışabilecekleri bir ortam daha da önemli. Uçuş bağlantılarının olması gerçekten çok önemli. Herkesin hemen hemen aynı doğrultuda uçuş ağı ve bağlantı durumu söz konusu. Sadece bölgede değil bölgenin dışında da aslında bunun dışında bir durumun önem taşınması da oldukça güç. Demek istediğim bunlar çok stratejik durumlardır ve bundan dolayı da şayet böyle bir ittifakımız olursa ilk husus, antitröst ve rekabetsizlik olacaktır.

İkinci olarak da bir ittifak durumu söz konusu olduğunda tüm diğer körfez taşıyıcılarının da bu ittifakın bir parçası olmasını sağlamaları gerekecektir. Çünkü bu durumda yani sadece Etihad, Emirates ve Katar'dan oluşacak bir ittifak kurmaya kalktıklarında hiçbir şekilde global olamayacaklar. Ne kadar çabalarlarsa çabalasınlar global olamayacaklardır çünkü global denildiğinde yolcu olarak Oneworld ittifakının üyesi TAM havayolu ile Brezilya'ya da körfezden uçabilmem anlamına gelen bir durumu anlıyorum ben.

MHU: Daha fazla global olabilmeleri için codeshare anlaşmaları mı tavsiye edersiniz ya da daha başka ne tavsiye edersiniz?

AMB: Bunu sadakatle ilintilendirmeye çalışıyorum. Yolcu olarak ilk olarak nereye uçtuğuma bakarım ki benim için gerekli olan bir durumdur bu. Bu sadakat programının bir parçası olarak bana sundukları fayda ve ayrıcalıklara bakarım. Business sınıfta dahi uçsanız söz konusu ittifakın sadakat programına üye olmadan kullanamayacağımız özel yolcu salonları var mesela. Ben de bir yolcu olarak puan kazandıkça ittifakın sağladığı ayrıcalıklardan statümü kuvvetlendirerek faydalanabilmek isterim.

Ya da bazı programlar kapsamında “first class” uçuş ve yolcu salonlarına girebilme hakkı sağlanıyor.

Ve her uçuşta puanlarımı kullanarak bu sadakat programlarımı seviyelendirmek isterim. TAM havayolu ile Rio De Jenario'dan Sao Paulo'ya giderken bile puanla bilet alabilmek isterim. İşte konu bu. Bu şu demektir; eğer ittifakın içinde havayolları bu avantajları yolcularına sunabilmek için birşeyler yapmak istiyorsa bunu sadece codeshare ile değil daha da karmaşık olan sadakat yada diğer bazı değişim-exchange programları ile de yapmaları gerekir. Sadece aynı ittifak içinde bile bu oldukça zor bir husustur. Çünkü kazanılan puanların nasıl harcanıp kullanılacağı da ayrı bir hesap işidir. Bununla alakalı hesaba katılması gereken birçok husus da bulunmaktadır.



Eğer yeni bir şey bakıyorsak evet mesela Emiratlileri ele alacak olursak , slot slot tek tek ele alacak olursak, maliyet verimliliği nasıl karşımıza çıkıyor sorusu çok önemlidir. Bir diğer önemli husustur maliyet ve bir havayolunun karlılığı, kar marjı aslında çok düşüktür ve iki üç puandır. Birçok havayolu da aslında bu anlamda çok da iyi iş çıkaramıyor. İşte sadakat programı uygulayalım ve bunu codeshare ile de yapalım demek aslında sözde çok kolaydır ama uygulamada bu çok zordur. Çünkü sadece iki havayolu arasında bir codeshare anlaşması yapılması durumunda dahi yapılması gereken birçok iş vardır. Bunu birden fazla havayolu ile yapacak olursak bu daha da karmaşık bir hal alacaktır.

IA: Katılıyorum. Sadakat programlarına ticari açıdan da bakacak olursak Amine'in nokta atışı olarak konuya değindiği gibi körfez taşıyıcılar için faydalı olabilme hususu sektör ile devletler arası ilişkiye bağlı, ticari hususlardan daha ziyade müzakere, slotlar, özgürlükler ve devletlerarası ilişki gibi hususlar daha da önem taşıyor. İşte bu yüzden senin yeni model olarak tezinde ortaya koyduğun model bu açıdan ayrı bir önem taşıyor. Havayollarının hepsi aynı ittifak içinde yer almıyor. Örneğin British Airways de bir başka ittifakta ve Lufthansa da bir diğer ittifakta. Bunlar slot, uçuş ve bunun gibi farklı sebeplerden dolayı müzakere ettikleri zaman politik pozisyona göre bir sınıf olarak hareket ediyorlar.

Yine senin modelinle alakalı sorduğun soruya bakacak olursak Hasan, oradaki taşıyıcıların bir ittifak kurmaları için bir model söz konusu olacaksa, ki adı ne olur onu da bilemiyorum bunun politik ve endüstri ilişkileriyle alakalı bir boyutunun ticari ve sadakatile alakalı yönünden daha da ağır basacağını ifade etmek isterim. Bu sohbet devam ederken aklıma gelen bu hususu da ilave etmek istedim.

MHU: Sizler gerçekten de farklı bir perspektif ve ufuk ile bu teze, konuya bakmama vesile oldunuz. Her ikinizin de ifade ettiği hususlar teorikte de uygulamada da literatüre önemli bir not olarak düşülmesi gereken hususlar.

Bugüne kadar ittifaklarla alakalı çok değişik çalışmalar akademiya da gerçekleştirilmiştir ancak sizlerin bu girdileri ve paylaşımları literatürde önemli bir boşluğu dolduracak nitelikte. Bir körfez ittifakı kurulması tezinin sadece ticari bir boyununun olmadığını ve hatta ondan daha önemli olarak daha üst seviyede devletler, şeyhler ve egolar bazında birtakım önemli kararların verilmesi gerektiğini de ifade etmiş olduğunuz. Bu tezde, sizlerin işaret ettiği Gulf Airlines'ın kuruluş ve dağılma hususu da ayrıca bu tezle ilintilememin gerekli olduğunu fark ettiğim bir örnek oldu.

Bu vesile ile sadece bir havayolu fikriyle hareket edilip, körfez ülkelerinin güçlerini birleştirerek bir ittifak halinde hareket etmeye ilişkin girişimlerini de görmüş olduk. Yine her ikinizin de detaylı bir şekilde anlattığı gibi merkezleşleşme ve merkezi hareket kültüründen uzak olarak her şeyhin kendi şehrini ön plana çıkarma egosunun bu birlikteliğin sonunu getirdiğini de anlattınız. Burada ticari kaygı ve sadakat programı mevzusunun dışında bir anlayış ve yaklaşım olduğunu da bu vesile ile kavramış olduk.

Havacılığın büyük oyuncularından Lufthansa, British ve Air France'ın niye aynı ittifakta olmadıklarına ilişkin de İsmail'in de belirttiği gibi farklı bir mentalite yatıyor ve bu büyük havayolları slot ile alakalı masaya oturduklarında bu direkt olarak ülkelerinin gücü oranında onları güçlü kılan bir durum oluyor. şirketlerden ziyade aslında devletin gücü kendisini gösteriyor.

Bazılarının iddia ettikleri husus körfez havayollarının tamamının arkadasında devletlerin yer alması ve devlet sübvansiyonunun sürekli bu havayollarının üzerinde olduğu da iddia ediliyor. Eğer devlet bu havayollarından ellerini çekerse bu havayollarının hayatta kalabilmeleri bile imkansız bir hal alacak deniliyor. Her ikinize de bana bu görüşme imkanını sağladığınız için çok teşekkür ederim. Online olarak gönderilecek birkaç soruyla belki konuyla alakalı bilgi ve görüşlerinizi alabilme imkanı olabilirdi ancak bu denli verimli, yüzyüze ve güzel bir iletişim nasip olamayacaktı.

AMB: Bizler de çok teşekkür ederiz. Bu bizim için de bir ayrıcalık oldu. Tezinle alakalı ifade etmek istediğim bir husus da utilizasyon. Her havayolunun yıllık utilizasyon raporu var. Bunlar da aslında ittifakların yapısı, kurgusu ve durumu ile alakalı birtakım verileri gözler önüne serebiliyor. Ancak Katar havayollarına ait böyle bir rapor hiçbir zaman bulamazsın, kesinlikle yayınlamazlar. Bunun basit göstergeleri var aslında ve çoğu üç aşağı beş yukarı iştiraklere havale edilmiştir. Neden diye soracak olursak aslında bunlar ülkelerinin ve şehirlerinin bayrak taşıyıcısı hükmünde. Katar ülkenin adıdır ve Emirates Emirates'dir ve bunun arkasında bir amaç bulunmaktadır. Genelde insanlar bu isimleri duyunca “vav” diyor ama bununla alakalı husus markalaşmadır. Markalaşma açısından aynı durum Türk Hava Yolları için de geçerlidir. Birçok kişi tamam bir havayolu olarak sizin markalaşmaya ihtiyacınız var der ama markalaşma bir motivatör unsur değildir. Çünkü markalaşma daha ziyade ülkenin reklamını yapıp onun adını ön plana çıkarmaya yöneliktir.

Bu nedenle büyük havayolları paraya yatırım yaparlar ve ülkelerin promote edilmeleri için devletin de sağladığı bir bütçe vardır. Benim söylemeye çalıştığım husus maliyet açısından bir ittifak oluşturmanın karlılıkla alakalı bir motivatör unsur olduğuna da işaret etmek gerektiği. Herkesin parçası olacağı bir ittifak modelinde hepsinin de hissesi olacaktır. Eğer insanlar para kaybediyorsa ve yine de bir ittifak oluşturuyorlarsa diğer hiçbir havayolunu yanlarına alamayacaklardır. Bu da bu kapsamda dikkate alıp değerlendirilmesi gereken bir husus.

Bir başka husus daha sana belirtmek isterim. Maliyet açısından bakacak olursak ön plana çıkan bir başka önemli husus da bence sunmak istediğin kimlik nedir konsudur.

Gerek havayolu, gerekse bir ittifak kurulduğu zaman ittifak açısından da bakacak olursak, farklı mentaliyete sahip kişiler aynı amaç doğrultusunda bir araya gelmek durumunda. Eğer ortak bir hedef doğrultusunda hareket edemezlerse sürdürülebilir bir birliktelikten bahsedemeyiz. Bu yüzden kimlik, kültür ve sonuçta elde edilmek istenilenler çok önemli.

IA: Ben de bir şey ilave etmek isterim. İttifakta havayolunu ilgilendiren karlılık, gelir elde etme ve ürün çeşitliliği gibi hususlar önemli birer faktör olurken, konunun yolcu, müşteri tarafına bakan, yolcu davranışlarıyla alakalı kısmı da var. Yolcu global ölçekte seyahat ağlarından, Güney Amerika'dan Avrupa ve Asya'ya devam eden bir yoldan faydalanmak ister ve bu onun için iyidir. Körfezde yaşayan bölgesel yolcular yada müşteriler, ki ben de köken olarak o körfez bölgesinden biri olarak, tarihsel sürece de baktığımızda bir sadakat programı kurgusunda uzak olduğunu gördüm. Tüketici davranışları açısından da ele almamız gereken hususlar var. Kuzey Amerika, Avrupa ve dünyanın diğer farklı coğrafyalarında daha fazla puan sistemi, bu puanların farklı şekillerde kullanılabilmesine imkan sağlanması söz konusudur. Körfez bölgesinde ise gelir ve bugüne kadarki ekonomik güçten sebep puanların biriktirilmesi ve harcanmasından ziyade uçuş lüksü ve standartlarla alakalı bir odaklanma söz konusu olmuştur.

Ancak körfez taşıyıcılarının sadece körfezdeki vatandaşlara yönelik bir arayışlarının olmadığını anlıyorum şimdi. Asya'ya ve Avrupa'da dünyanın farklı coğrafyalarına da hizmet veriyorlar. Ancak hala kararlar nasıl veriliyor ve körfezde yaşayan insanlara yönelik yaklaşımlar belirleyici unsur oluyor ve belki de daha sonra bir globalleşme kültürü oturmuş olacak. Bu açıdan da Hasan bakmakta fayda olduğunu düşünüyorum.

Yani körfez bakış açısıyla tüketici davranışları ele alınıyor. Bunu da ilave etmek isterim.

MHU: Bu da gerçekten güzel bir nokta.

AMB: Birkaç sene önce yeni neslin seyahate bakış açısı, yaklaşımı ve beklentilerine ilişkin bir çalışma vardı. Ama ilginç bir tablo karşımıza çıkıyor bu çalışmanın sonunda. Bizim anladığımız anlamda bir sadakat yaklaşımları söz konusu değil yeni neslin. Onlar için önemli olan ürüne kolay erişim ama hala en ucuz yollu olarak bu ürünlere nasıl erişebilirlerin arayışındalar. Evet yolcuların büyük bir kısmına baktığımızda bunu görüyoruz.

Tabii ki yüksek seviyelerden business ve first class uçmaya devam eden bir grup karşımıza çıkıyor. Ama gelir yönetimi açısından gelirin büyük kısmını temsil eden grup bu grup değil. Bu yüzden diğer kısmı da ele alıp, idare edebilmek gerekiyor ki, bunlar ekonomi sınıfta çoğunluğu oluşturan yolcular ve her uçuşta ekonomi sınıftan elde edilen geliri maksimum seviyeye yükseltmeye yönelik bir çaba vardır.

Bundan dolayı yolcuların büyük bir kısmı fiyat hassasiyeti olan insanlardır ve destinasyonla ve uçuş günüyle ve saatiyle alakalı özel bir durum olmadığı müddetçe en ufak bir fiyat farkında anında başka bir havayolu ile uçmayı tercih ederler. Ceplerinden paranın çıkması onların çok hassasiyet gösterdikleri bir husustur. Sadakatle alakalı bu gruba ilişkin bir istatistik var mıdır bilmiyorum ama gerçekten görmek istediğim bir husus bu sadakat programında yer alan kişilerin kaç tanesi gayet güzel giden bir sadakat programına göre bilet alıp hareket edecek.

Kurumsal anlamda business uçuşlar gerçekleştiren kişiler için sadakat programlarının önemi olabilir ancak kendi imkanlarıyla business ve first class uçuş yapan bir başka kitle için ben gerçekten de sadakat programlarının öneminin olduğunu düşünmüyorum. Bu benim anlayışım ama bazı istatistiklere de ihtiyacım var.

MHU: Bu da çok önemli bir nokta. Yeni ufuklar açtığınızdan bahsederken gerçekten de verdiğiniz bu örneklerle bunun doğruluğunu bir kez daha görmüş oluyoruz. Sadakat programları ile müşteri davranışları arasındaki bağlantı önemini bir kez daha ortaya koyuyorsunuz. İfade ettiğiniz gibi müşterilerin, yolcuların kültürleri de ayrı önem taşıyor. Bazı kültürlerde yolcuların önceliği daha da prestij ve lüks olabiliyor. Kendilerinin daha da değerli hissettirilmeleri daha da önem arz ediyor ki, bunların tümü belki de daha öncelikli olarak geliyor.

IA: Biraz önce bahsetmiş olduğumuz ego noktası. Bazen tüm diğer noktalardan daha da önemli oluyor.

AMB: Evet.

IA: Ve ticari menfaat açısından da bu böyle.

AMB: Bunu körfez, Kuzey Afrika'da da görebilirsiniz. Cezayir'de sadece iki saatlik bir uçuş için first class uçuşları bulunuyor. Evet sadece iki saatlik bir yolculuk için business ve first class uçuşlar var.

MHU: Bu dediklerinizle alakalı olarak bir şey ilave etmek isterim. Yaklaşık dört yıl önce Singapur'da bir eğitimde bulunduğumda Buruney Krallığından iki kişiyle tanıştık ve dediğiniz gibi sadece bir iki saatlik Singapur- Buruney uçuşlarının tamamını Boeing 777-300 ER uçaklarıyla gerçekleştirdiklerini söylediler. Şaşırtıcı bir nokta ama kültürler arası önem derecesini bir kez daha ortaya koyuyor.

IA: Evet doğru kültürel ve bölgesel hususlar.

MHU: Genel olarak havayolu tercihinde fiyat hassasiyetinin körfez yolcuları için geçerli olmadığına ilişkin bir kanı var. Siz ne dersiniz?

AMB: Bu sorunuzla alakalı şunu söylemek isterim; Emirates veya Katar uçağına gittiğinizde mesela business yolcuların zaten fiyatla alakalı bir hassasiyetleri olmadığını görmek mümkündür ama bunlar çoğunluğu temsil eden insanlar değil. Ancak ekonomi sınıfa geçtiğinizde orada daha çok işçi sınıfından insanların bulunduğunu görürsünüz ki; bunlar Hindistan ve Pakistan menşeli insanlardır. Uçuş sırasında iki tane duvar vardır. Birisi business sınıftaki premium duvardır ve first classtaki diğer duvar ve uçağın diğer bölümü, ayrı bir dünyası vardır. Ve gerçekten de ekonomi sınıftaki kişilerin büyük bir bölümü düşük gelir seviyeli işçi kesimidir ve belki de hayatlarında ilk kez uçağı binenler de vardır.

IA: Amine kesinlikle haklısın ama bir de havayolunun dizayn edilmiş şekli business modellere dayalıdır ve yakıtla alakalı hususları hesaba katan kişiler tarafından kurgulanmıştır. Bu çoğunluğa göre planlanmış bir şey değildir.

AMB: Tabii ki değil. Öyle düşünün ki; mesela Emirates business sınıf dizaynı yapılırken etrafı yedi yıldızlı otellerle çevirili harikulade bir Dubai şehrinin havayolu kurgusuyla hareket edilmeye çalışılır. Normal ve sıradan şekillerle reklam da yapılmaz. İstedikleri de budur zaten. Emirates ile alakalı böyle elit ve yüksek seviyeli lüksün olduğu bir ülke, bir imaj oluşturmak için çalışırlar.

IA: Burada karlılık önem taşımaz.

AMB: Hayır, taşımaz. Tabii ki; tüm bunlardan kar elde etseler ve yüksek gelirler elde etseler de bu gelir elde etmeyle alakalı değildir.

Eğer orada düşük seviyeli bir iş durumu söz konusu olsa Emirates ile business uçuş fikri söz konusu olmaz o zaman farklı parametreler gündeme gelir.

İmaj ve hizmetler adına neleri sundukları, teklif ettikleriyle alakalı bir durum da söz konusudur. Ama gerek ittifaklar, gerekse havayolu açısından bir diğer önemli nokta da dağıtımla alakalıdır.

Bu parametre çok önemlidir çünkü biz dağıtımdan bahsettiğimizde yeni ve özel bir alana ve merkeze geçiş yapmış oluruz. İttifakların bile bir parça sıkıntı yaşadıkları bir alandır burası. Neden? Çünkü daha önce açık bir model vardı. Websitesine gidip, bilet satın aldığımız bir sistem ve hepsi bu. Yada bir seyahat acentasına gidip oradan bilet alıp işinizi görürsünüz. Ama artık yeni bir durum söz konusudur. Meta arama dediğimiz (meta-search) bir sistem.

Evet bu uzun zamandan beri olan bir sistem ve çoğu OTA dediğimiz (Online Seyahat Acentalarına) bağlı. Ancak önceden bir tane sistem üzerinden işlem yapıyordu ama şimdi ilave olarak iki tane yeni sistem daha var. Google ve Çin'in Alipay denilen sistemi.

Bunlar havayollarına sizin yerinize ben toplarım konseptiyle geldiler ve istediğiniz herşeyi detaylarına kadar görüntüleyebiliriz dediler. Ödemeleri gerçekleştirebilmek için yapılması gerekenlerle alakalı tüm desteği biz sağlarız dediler. Örneğin; Google tüm müşterilerinizle alakalı ödemeleri tamamlayıp size iletiriz ve siz de kolaylıkla işlemleri gerçekleştirebilirsiniz dedi. Burada seyahat acentalarının devreden çıkarılmasıyla işlem yapılmış oluyor ve Google'lanmış bir yaklaşımı içeren yeni bir model oluşturmuş oluyoruz. Ve ittifaklar arasında bile herkese karşı kendilerini bu şekilde promote etmeye çalışacak havayolları da ortaya çıkacaktır. Çünkü bir meta-arama ile en ucuz uçuşlar araştırıldığında bu havayolları görüntülenecektir. O yada bu şekilde ittifak içinde de bu durum ilişkilerde bir soruna sebebiyet verecektir.

IA: Ki bu söylediklerin ittifaklar arasında rekabetsizlik ve antitröst prensipleriyle uyuşmamış oluyor ve aradaki hududun ihlali anlamına geliyor.

AMB: Evet. Her ittifakta ve ortaklıkta bir takım ortak rotalar vardır ve bu senin benden yüzde 20 daha ucuz olduğun anlamına gelmiyor. Ama aynı zamanda daha önce ifade ettiğimiz gibi rekabetsizlik kuralı kapsamında uyulması gerekenler var. Karmaşıklık daha da artıyor.

IA: Daha çok dinamiklik ve şeffaflık gerektiren bir durum oluyor.

AMB: Evet daha çok kompleks bir yapı oluşuyor bu durumda. Havayolu açısından baktığımızda herkesin nasıl hayatta kalacağı konusu var. Bu davranışsal olarak oldukça değişiyor. Ve sonuç olarak havayolu işi oldukça karmaşık bir iş. İttifak ve sadakat dediğiniz zaman o da ayrı bir karmaşık yapıyı ihtiva ediyor. Bir sorunu çözüp, tamam ben iyiyim diyemiyorsunuz.



Hatta şunu demek istiyorum bir yerde bir sorunu çözmek başka bir yerde başka bir soruna sebebiyet verebiliyor. Bu yüzden doğru dengeyi nasıl kurmamız gerektiği oldukça kritik.

IA: Tabii ki Hasan tüm bu konuşulanlardan sonra kendimi senin yerine koyduğumda şöyle özetleyecek olursak; ittifak kurmak aslında ayrıcalık, lütuf olarak sunulanlarla alakalı önem taşıyor ve tabii ki karşılık esası da söz konusu. Mevcut ittifaklardaki temel kurgu bu. Belki de körfezde bir ittifak kurulması durumunda motivatör olacak unsurlar daha da değişik bir hal alıyor. Gelir elde etmek ve karşılık temel faktör olmayabilir. Çünkü bu işte havacılık politikalarının, hükümetlerin devreye girdikleri ve kendi ülkelerini promote etmeye çalıştıkları daha da farklı bir güç gösterisinin ortaya çıkacağı bir yapı olacaktır. Ve ittifakın oluşmasındaki temel motivatör de bu temele göre şekillenecektir. Hasan, bu gerçekten ilginç bir model olur ve bu modelin motivatörü, temel faktörleri de ona göre olur. Bu model bence gerçekleştirilebilecek bir modeldir ve ortaya koyduğun bu tez de çok güzel bir tartışmayı gündeme getirmektedir. Ama körfez örneğinde motivatör daha farklı olacaktır.

Belki de müşteriler aynı olmasa da sunulan hizmetler ve network hemen hemen aynı olacaktır ve politik etkinin daha da kendini göstereceği bir kurgu olacaktır. İşte bu yüzden eğer gerçekten birleşebilirlerse tüm dünyada çok güçlü bir birlikteliğe blok olarak imza atmış olurlar.

MHU: Aslında bu tezi ortaya atarken fikir olarak çıkış noktamız buydu. Eğer bir araya gelebilirlerse daha da etkili ve güçlü olabilecek bir yapıyı kurabilirler mi sorusuydu.

AMB: Belki buna ulaşabilmek ittifak ile değil de başka bir şeyle mümkün olabilir. Bu yüzden buna ittifak değil de başka bir şey demek daha uygun olabilir politik açıdan, müzakere açısından bakacak olursak.

MHU: Amine bey, görüşmemizin başında Arap Taşıyıcıların genel konseyinde bir araya gelip bir ittifak kuralım şeklinde bir tekliften bahsetmiştiniz. Peki bunun arkasındaki mantık sizce neydi?

AMB: Bu fikir ittifaklardan geliyordu ve o zaman THY'nin genel müdürü de konunun bu yönde gelişmesine destek verdi.

Benim kanaatimce Cezayir'deki o genel kurulun bir panelinde, THY genel müdürünün de misafir olarak katıldığı oturumda o gerçekten farklı birşeyler arayışındaydı ve fikir olarak körfezde Arap taşıyıcılarının da bir araya geleceği bir ittifak fikrine sıcak bakmıştı. Sunumunda da THY'nin dünyada önemli bir rol oynadığını belirtirken, havacılıktaki eksen kaymasına da işaret etmişti. Ve buldukları coğrafyada ve bu uçuş ağı ve yeni dünya havacılık ekseninde yalnız hareket etmek istemediklerini dile getirmişti ve hep beraber birşeyler yapalım demişti. Katar ben One World'a katılıyorum dedi. Çünkü bölgede hiç kimse ittifak oluşturmak istemedi. Ve daha sonrasında tamam neden olmasın haydi körfezde bir ittifak kuralım tartışmaları başladı. Ve bu tartışmalardan bir sonuç çıkmadı.

MHU: Tam olarak bu genel kurul toplantısı ne zamandı hatırlıyor musunuz?

AMB: Cezayir'deydi Arap Taşıyıcıları genel kurulu ve yanlış hatırlamıyorsam 2012 senesindeydi .

MHU: Bu, THY'nin Star Alliance'a katılmasından birkaç sene sonraydı o zaman.

AMB: Evet Cezayir'de 2012 senesindeki toplantıydı bu.

IA: Ben de o toplantıyı 2012 senesi olarak hatırlıyorum. Senin katıldığını hatırlıyorum Amine.

AMB: Emirates'ten olan beyefendi o zaman gerçekten bu fikre sıcak bakmamıştı. Evet neden olmasın bir bakalım gibi bir tavır sergiledi ama hiç de istekli değildi.

IA: Kibar bir şekilde hayır demekti aslında bu.

AMB: Evet aynen öyle. Bence hemen hemen herkes o fikirden hoşnuttu o zaman. Aynı model dahi olsa, yönetim tarzından dolayı farklılıklar görüyorsunuz. Katar ve Etihad arasında da farklılıklar görürsünüz. Tamam Etihad ve Emirates hemen hemen aynı kurguda ve yönetim tarzındadır.

Üç aşağı beş yukarı aynı mentalite hakimdir onlarda. Ama onları Katar'la ele alacak olursak gerçekten de gerek yönetim, gerekse mentalite olarak farklılıklar olduğunu görürsünüz. İttifakın nasıl işleyeceğini düşünebiliyor musunuz? Birbirlerini toplantıya zorladıklarını düşünün ve bunu görmek gerçekten de çok ilginç olur.

IA: Gerçekten de bu doğru. Daha önce de belirttiğimiz husus. Ego...Kişisel farklılıklar.

AMB: Ve ayrıca bunu taşıyıcılar açısından ele alacak olursak, hükümeti kaldırıyorum, bunu kaldırıyorum, şunu kaldırıyorum. Tamam ne isterseniz yapabilirsiniz. Çünkü sadece makinalar söz konusu olacak ama insan faktörü açısından ele alacak olursak, Katar oldukça karmaşıktır. Çünkü havayolu taşıyıcısı olarak baktığımız zaman kendine has bir yapısı var.

MHU: Sizin söylediğiniz bu ego ile alakalı bir örnek de ben vermek isterim. Katar Aeronautical College'de iki defa IATA eğitimi verdim. Ve oradaki üniversite öğrencileri çok varlıklı ailelerin de çocuklarıydı. O sınıf ortamında da kendine has ego yaklaşımını görmek mümkün. Kültürün, zenginliği ve hayat tarzının egoların oluşumundaki yerini görebiliyorsunuz.

Katkılarınızdan dolayı gerçekten çok teşekkür ediyorum. Büyüğüm, dostum ve danışmanım Sn. Şahin Karasar Beyin de ifade ettiği gibi hayatın her aşaması bir eğitim ve sınav ve bu süreç hayat boyu devam ediyor. Bizler de her geçen gün yeni birtakım bilgilerin tecrübe edilmesinin hazzını yaşadıkça hayatımız daha da anlam kazanıyor.

IA: Doktoranda sana herşeyin en iyisini temenni ediyoruz Hasan ve bir sonraki buluşmamızda sana "Doktor" diye hitap ederiz inşAllah.

## KAYNAKÇA

### Kitap ve Süreli Yayınlar

Kotler, P & Keller, K. (2012) *Marketing Management 14th Edition*, 4-17.

American Marketing Association, *Definition of Marketing*, 1985

Duffy, D. "Customer loyalty strategies", *Journal of Consumer Marketing*, (1998) Vol. 15/ 5, pp.435 – 448

Aaker, D. *Building Strong Brands*, Free Press, 1996

Söderlund, M. (1998). Customer Satisfaction and its consequences on customer behaviour revisited: The impact of different levels of satisfaction on word-of-mouth, feedback to supplier and loyalty. *International Journal of Service Industry Management*, 9 (2), 169-188

Dowling, G. & Uncles, M. (1997). *Do Customer Loyalty Programs Really Work?* *Sloan Management Review* 38 (4): 71-82

Burgeson, C. (1998). Managing Customer Loyalty, *Solid State Technology* 41/1: 128

Riezebos, R. (2003). *Brand Management: a theoretical and practical approach*. Financial Times/ Prentice Hall, Harlow, UK.

Schrive, S. (1997) *Customer loyalty: Going, going*, *American Demographics*, 19(9), 20-3

Fornell, C. (1992). A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. *Journal of marketing* 56 (1), 6-22.

Kardes et.al. (1993). Brand Retrieval, Consideration Set Composition, Consumer Choice, and the Pioneering Advantage. *Journal of consumer research* 20 (1), 62-75.

Liang, C., & Wang, W. (2004). Attributes, Benefits, Customer Satisfaction and Behavioral Loyalty-An integrated research of financial service industry in Taiwan. *Journal of services research* 4 (1), 1-35

Kumar, V., & Shah, D. (2004). Building and sustaining profitable customer loyalty for the 21st century. *Journal of Retailing* 80 (4), 317-331.

Marzo-Navarro, M., Pedraja- Iglesias, M., & Rivera- Torres, M. (2004). The benefits of relationship marketing for the consumer and for the retailers. *Journal of Fashion marketing and Management* 8 (4), 425-436.

O'Malley, L. (1998) Can loyalty schemes really build loyalty? *Marketing intelligence and planning* 16 (1), 47-55.

Yi, Y.,& Jeon, H. (2003) Effects of Loyalty Programs on Value Perception, Program Loyalty, and Brand Loyalty. *Journal of the Academy of Marketing Science* 31 ( 3), 229-241.

Liang, C., & Wang, W. (2004). Attributes, Benefits, Customer Satisfaction and Behavioral Loyalty-An integrated research of financial service industry in Taiwan. *Journal of services research* 4 (1), 1-35

Marzo-Navarro, M., Pedraja- Iglesias, M., & Rivera- Torres, M. (2004). The benefits of relationship marketing for the consumer and for the retailers. *Journal of Fashion marketing and Management* 8 (4), 425-436.

O'Malley, L. (1998) Can loyalty schemes really build loyalty? *Marketing intelligence and planning* 16 (1), 47-55.

## **İnternet Kaynakları ve Diğer Dökümanlar**

Starbucks İş Raporları, 2015

<http://www.theqgroup.com/articles-b.php?ArtID=37> (Erişim Tarihi: 07.03.2015)

<https://tr.wikipedia.org/wiki/Pazarlama> (Erişim Tarihi: 06.07.2015)

<https://www.avaya.com/blogs/archives/2014/03/how-to-get-smart-about-customer-lifetime-value.html> (Erişim Tarihi: 01.06.2015)

<https://www.sweettoothrewards.com/blog/loyalty-case-study-starbucks-rewards/> (Erişim tarihi: 25.09.2016)

[https://en.wikipedia.org/wiki/Frequent-flyer\\_program](https://en.wikipedia.org/wiki/Frequent-flyer_program) (Erişim Tarihi: 03.05.2015)

<http://www.huffingtonpost.com/rob-britton/subsidized-gulf-airlines-1-b-8294892.html> (Erişim tarihi: 15.12.2015)

<http://www.asianews.network/content/airlines-asia-flying-high-11501> (Erişim tarihi : 22.01.2016)

<http://www.emirates.com/us/english/skywards/about/skywards.aspx>

[http://www.qatarairways.com/PrivilegeClub/member\\_benefits.page](http://www.qatarairways.com/PrivilegeClub/member_benefits.page)

<https://en.aegeanair.com/milesandbonus/about-the-program/>

<https://www4.aeroplan.com/status/overview>

<http://www.mightytravels.com/2014/08/an-introduction-to-air-china-phoenix-miles-award-chart-award-availability-fuel-surcharges-destinations/> (Erişim Tarihi: 03.03.2016)

<http://www.flyingreturns.co.in/html/pc.php> (Erişim Tarihi: 11.12.2015)

<http://www.airnewzealand.eu/status-points> (Erişim Tarihi: 11.08.2015)

[http://www.ana.co.jp/www/us/e/asw\\_common/amc/reference/premium/](http://www.ana.co.jp/www/us/e/asw_common/amc/reference/premium/) (Erişim Tarihi: 22.07.2016)

<http://us.flyasia.com/C/en/homepage.do?menuId=002001001001000&menuType=CMS>  
(Erişim Tarihi 04.01.2016)

<https://www.lifemiles.com/eng/abo/wnb/wnbelitab.aspx> (Erişim Tarihi: 03.08.2015)

<https://connectmiles.copaair.com/en/web/guest/about-connectmiles> (Erişim Tarihi 25.07.2016)

[http://www.egyptairplus.com/MS\\_Member\\_WebSite/levels.html](http://www.egyptairplus.com/MS_Member_WebSite/levels.html) ( 18.12.2015)

<http://www.ethiopianairlines.com/UK/EN/shebamiles/loyalty> (İndirilme Tarihi: 03. 07.2015)

<http://www.evaair.com/en-us/infinity-mileagelands/membership-benefits/introduction/>  
(Erişim Tarihi: 04.08.2015)

<http://www.flysas.com/en/eurobonus/about-eurobonus/membership-levels/> (Erişim Tarihi: 06.02.2016)

[http://www.singaporeair.com/en\\_UK/tr/ppsclub-krisflyer/krisflyer/krisflyer-elite-silver/](http://www.singaporeair.com/en_UK/tr/ppsclub-krisflyer/krisflyer/krisflyer-elite-silver/) (Erişim Tarihi: 04.05. 2016)

[http://www.flysaa.com/za/en/voyager/AboutVoyager/flysaa\\_VoyagerTierStatusAndBenefits.html](http://www.flysaa.com/za/en/voyager/AboutVoyager/flysaa_VoyagerTierStatusAndBenefits.html) (Erişim Tarihi: 07.09.2015)

<http://www.flytap.com/Portugal/en/Victoria/partners/star-alliance> (Erişim Tarihi: 07.03.2016)

[http://www.thaiairways.com/en\\_TH/rop/Status\\_Benefits/BenefitStatus-01.page](http://www.thaiairways.com/en_TH/rop/Status_Benefits/BenefitStatus-01.page) (Erişim Tarihi: 08.12.2015)

<http://shopandmiles.com/> (Erişim Tarihi: 04.05.2016)

<https://www.united.com/web/en-US/content/mileageplus/premier/qualify.aspx> (Erişim Tarihi: 02.04.2016)

<http://www.clubpremier.com/us/about-us/levels/> (Erişim Tarihi 22.04.2016)

<https://www.aireuropa.com/en/flights/loyalty> (Erişim Tarihi: 18.04.2016)

<https://www.flyingblue.com/about-flyingblue/all-about-levels-and-benefits/ivory.html> (Erişim Tarihi 23.08.2016)

[https://www.alitalia.com/en\\_en/millemiglia/exclusive-club/freccia-alata-plus-per-sempre.html](https://www.alitalia.com/en_en/millemiglia/exclusive-club/freccia-alata-plus-per-sempre.html) (Erişim Tarihi: 19.02.2016)

[http://ffp.airchina.com.cn/en/zyjh\\_new/zyjh.jsp](http://ffp.airchina.com.cn/en/zyjh_new/zyjh.jsp) (Erişim Tarihi: 07.09.2016)

[http://en.ceair.com/easternmiles/t2013725\\_11791.html](http://en.ceair.com/easternmiles/t2013725_11791.html) (Erişim Tarihi: 17.07.2015)

<http://skypearl.csair.com/en/about/member.html> (Erişim Tarihi: 07.05.2016)

<https://www.flyingblue.com/earn-and-spend-miles/airlines/partner/184/czech-airlines.html> (11.09.2016)

<https://en.wikipedia.org/wiki/SkyMiles> (Erişim Tarihi: 22.12.2015)

<https://garudamiles.com/TopHome/about-garudamiles/membership-tier-and-benefit/garudamiles-regular/> (Erişim Tarihi 17.11.2015)

<https://www.mea.com.lb/english/about-us/SkyTeam> (Erişim Tarihi: 12.05.2016)

<http://www.saudiairlines.com/portal/site/saudia/menuitem.a6a7f8a7f00aa3587988a76c5d6981ca/?vgnextoid=1dd07c7479fe2410VgnVCM100000d59618acRCRD> (Erişim Tarihi: 18.12.2015)

<https://www.vietnamairlines.com/en/lotusmile/member-benefits/titan> (Erişim Tarihi: 21.12.2015)



<https://www.oneworld.com/ffp/my-oneworld-tier-status/-/tierstatus/airberlin/topbonus-silver#tier> (Erişim Tarihi: 23.12.2015)

<https://en.wikipedia.org/wiki/AAdvantage> (Erişim Tarihi: 21.12.2015)

<https://upgradedpoints.com/airline-loyalty-program/american-airlines/>

(21.12.2015) <https://www.loungebuddy.com/blog/british-airways-executive-club-the-ultimate-guide/> (Erişim Tarihi: 20.11.2015)

[http://www.cathaypacific.com/cx/en\\_HK/frequent-flyers/about-the-club/club-benefits.html](http://www.cathaypacific.com/cx/en_HK/frequent-flyers/about-the-club/club-benefits.html)

(Erişim Tarihi: 22.11.2015)

<https://www.finnair.com/us/gb/finnair-plus/what-is-finnair-plus> (Erişim Tarihi: 22.11.2015)

<https://www.oneworld.com/member-airlines/iberia> (Erişim Tarihi: 23.12.2015)

<https://www.qantas.com/fflyer/dyn/program/tier-info> (Erişim Tarihi: 12.11.2015)

[https://www.latam.com/en\\_us/latam-pass/about-the-program/elite-categories/](https://www.latam.com/en_us/latam-pass/about-the-program/elite-categories/) (Erişim Tarihi: 21.12.2015)

[http://www.qatarairways.com/PrivilegeClub/member\\_benefits.page](http://www.qatarairways.com/PrivilegeClub/member_benefits.page) (Erişim Tarihi: 04.05.2016)

## ÖZGEÇMİŞ

1976 senesinde Adana'da doğan Muhittin Hasan Uncular ilkokulu İskenderun Demir Çelik İlkokulunda okudu. Ortaokul ve lise eğitimini İstiklal Makzume Anadolu Lisesinde tamamlayarak, 1998 senesinde İstanbul Üniversitesi İngiliz Dili ve Edebiyatı bölümünden mezun olmuştur.

Üniversite yıllarında tezgahtarlık yaptığı Kapalıçarşı'da yurtdışı ihracat ithalat işleri ile de ilgilenmiştir. 1998 senesinde öğretmenliğe başlayan Uncular, 2000 senesinde bir yaz okulu değişim programı kapsamında Amerika'da Clearpool Education Center'da görev yapan ilk Türk olmuştur. Yaklaşık iki sene Türkiye'den uzak kaldıktan sonra öğretmenlik hayatına devam eden M. Hasan Uncular, çok sayıda uluslararası konferansta ardıl ve simultane çeviri de yapmıştır. İlk olarak 1993 senesinde Beşinci Mevsim adlı şiir kitabında şiiri yayınlanan Uncular'ın farklı dergilerde yayınlanan röportaj, köşe yazıları ve çevirilerinin haricinde yayınlanmış 19 kitabı bulunmaktadır.

2009 senesinden itibaren Türk Hava Yolları'nda eğitim ve insan kaynakları bölümlerinde farklı görevler ve yöneticilik yapmakta olan Uncular, Uluslararası Hava Taşıyıcıları Birliği (IATA)'nde Global Training Advisory Board üyeliği ve HR Steering Committee üyelikleri de yapmış, eğitim, insan kaynakları ve havacılık ile alakalı çok sayıda ulusal ve uluslararası programda konuşmacı olarak yer almıştır.

Yüksek lisans ve doktora tez konuları da havacılıkla alakalı olan Uncular evli ve iki çocuk babasıdır.