



Pazar

Türkiye, coğrafi konumu itibarıyla havacılığın en hızlı geliştiği coğrafyada yer alıyor ve dünya havacılık pazannın %28'ini oluşturan Avrupa ile dünyada en hızlı büyümeye sahip Ortadoğu ve Asya pazarlarının ortasında, doğal bir bağlantı konumunda bulunuyor. Türkiye, Avrupa'yı Ortadoğu'ya bağlamada da Avrupa ve Afrika'ya transit ulaşım da optimum uzaklıkta yer alıyor. Bu coğrafi avantaj da düşünüldüğünde, Türk sivil havacılık sektörünün gelişime ne kadar açık olduğu netlikle görülüyor.

Türkiye'de hava yolu taşımacılığı sektörüne bakıldığında, 2011-2016 yılları arasında taşınan yolcu sayısı yıllık ortalama %8 büyürken bu oran iç hat yolcu sayısında %12, dış hat yolcu sayısında ise %4'tür. Sektör gelirler bakımından 2016 yılı sonu itibarıyla 23.4 Milyar USD büyüklüğe ulaşırken sektördeki yüksek büyümede Pegasus gibi pazar yapısını değiştiren oyuncuların yanında, gerçekleştirilen alt yapı yatırımlarının da büyük etkisi oldu. 2016 yıl sonu itibarıyla toplam 55 havalimanı bulunan Türkiye'de Pegasus'un merkez üssü olan Sabiha Gökçen Havalimanı, iç hat yolcu trafiğinde ilk sıraya, dış hat yolcu trafiğinde ise üçüncü sıraya yerleşti.

Pegasus büyüyen Türkiye pazarında gerek yolcu sayısı, gerek toplam kapasite bakımından ikinci oyuncu konumunda bulunuyor. 2011-2016 yılları arasında Pegasus'un dış hat yolcu sayısı yıllık ortalama %14, iç hat yolcu sayısı ise aynı dönemde yıllık ortalama %18 oranıyla pazardaki yıllık ortalama %8 olan büyümenin üzerinde bir hızla arttı. Pegasus'un aynı yıllar arasında pazar payı ise yaklaşık 7 puanlık yükselişle dış hatta %12, iç hatta ise %30 seviyesine ulaştı. Bu süre zarfında şirketin gelirleri de toplamda 2,5 kat arttı.

2018 yılında hizmet vermeye hazırlanan yeni havalimanının açılmasıyla birlikte Türk Sivil Havacılığının büyük bir ivme kazanması ve gerek istihdam gerekse yolcu trafiği anlamında Türkiye ekonomisine büyük katkı sağlaması hedefleniyor. 2025 yılı için İstanbul Yeni Havalimanı'nın yolcu trafik beklentisi yılda 120 milyon iken, yolcuların %69'unun dış hat, %31'inin ise iç hatlarda seyahat etmesi bekleniyor.

Başarılar

Pegasus, hava yolu sektörüne ilk girdiği günden itibaren uçmanın herkesin hakkı olduğu inancıyla Low Cost (düşük maliyetli hava yolu) modelini Türk hava yolu kullanıcılarının hayatına sokarak uçmayı demokratikleştirdi. Sabiha Gökçen Havalimanı'nı

ana üssü olarak konumlandırarak havalimanında iç hat ve dış hat misafir sayısını arttırarak havalimanı trafiğini canlandırdı. Hem kendi büyümesi hem de yurt içi ve yurt dışı rakiplerin Sabiha Gökçen'e gelmesini sağlayarak 2016 yıl sonu itibarıyla misafir trafiği iç hatlarda birinci, yurt dışı hatlarda ise üçüncü sıraya yerleşti.

Türkiye havacılık sektörüne getirdiği yeni hava yolu modeliyle 2011-2016 yılları arasında iç hatlarda yıllık ortalama %18, dış hatlarda yıllık ortalama %14'lük büyümeyle sektörün de büyümesini sağladı.

Bu büyüme başarısıyla Official Airline Guide (OAG) tarafından hazırlanan raporda 2011-2013 yıllarında üç yıl üst üste tarifeli uçuş gerçekleştiren "Avrupa'nın En Büyük 25 Hava Yolu" arasında koltuk kapasitesi açısından "Avrupa'nın En Hızlı Büyüyen Hava Yolu" oldu.

Pegasus, 2012 yılında Airbus firmasıyla imzaladığı ve teslim tarihindeki tutan yaklaşık 12 milyar USD olan, 25 adedi opsiyonlu 100 uçaklık filo siparişi ile Türk Sivil Havacılık tarihinde bir seferde verilmiş en büyük siparişe birle oldu.

Uçuş emniyeti ve teknoloji konularında gerçekleştirdiği yatırımlarla misafirlerine ekonomik, güvenli ve tam zamanında seyahat imkânı sunan Pegasus, 2011 yılında Türkiye'nin en yeni uçuş eğitim merkezini kurdu. Ayrıca sistemlerinin izlenilebilirlik açısından büyük öneme sahip olan çift yönlü data aktarımını gerçekleştiren Wireless Groundlink End to End Network Solutions sistemini de filosuna entegre eden öncü hava yolu şirketlerinden biri oldu.

2013'te World Airline Awards "Avrupa'nın En İyi 10 Düşük Maliyetli Hava Yolu" listesinde Norveçian, EasyJet, Germanwings gibi dünya devi düşük maliyetli hava yolu şirketleri ardından sekizinci hava yolu olarak seçilen Pegasus, dünyadan pek çok düşük maliyetli hava yolu şirketini Londra'da bir araya getiren World Low Cost Airlines Kongresi kapsamında yapılan araştırmada da yenilikçi

uygulamalarıyla fark yaratan, en etkileyici 10 düşük maliyetli hava yolu listesinde 9. hava yolu olarak değerlendirildi.

Pegasus, 2016 yılında Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM), Türk hizmet sektörünün geliştirilmesi ve potansiyelinin ortaya çıkarılması amacıyla ilk defa düzenlediği "Türkiye'nin 500 Büyük Hizmet İhracatçı Firması" araştırmasında hem Türkiye genelinin hem de sektörünün ikinci büyük hizmet ihracatçısı seçildi. 2017 yılında Dünya Turizm Forumu (World Tourism Forum) kapsamında verilen "Dünya Turizm Ödülleri"nde "En İyi Düşük Maliyetli Hava Yolu" ödülünü kazanan Pegasus, dijital uçuş haritaları üretim projesiyle, coğrafi bilgi sistemi yazılımlarında global pazar lideri olan ESRI'nin organize ettiği SAG Ödülleri kapsamında "Özel Başarı Ödülü"ne layık görüldü.

Geçtiğimiz üç yıl içinde pazarlama ve iletişim dallarında sektörün önde gelen ödülleri; Felis, Kristal Elma, Effie ve Altın Örümcek'te toplam 15 ödüle layık görülen Pegasus, global platformlardan da aldığı ödüllerle adından söz ettirdi. 2014-2016 yılları arasında uluslararası dijital iletişim dünyasının önde gelen ödülleri MIXX Awards'dan iki, Kurumsal İletişim alanının en bilinen ödülleri Stevie International Business Awards'dan da bir ödüle ayrıldı.

Tarihçe

Türkiye'de havacılık sektörünü değiştiren Pegasus Hava Yolları, 1990 yılında Aer Lingus, Silkair Yatırım ve Net Holding'in ortak girişimiyle İstanbul'da kuruldu. Mayıs 1990'da ilk uçuşunu gerçekleştiren Pegasus, 2005 yılında ESAS Holding tarafından satın alındı ve iş modelini düşük maliyetli hava yolu taşıyıcısı olarak değiştirdi.

Hava yolu ile yolculuğun herkesin hakkı olduğuna inanarak düşük maliyetli hava yolu modelini Türkiye'ye getiren Pegasus, merkez üssü olarak İstanbul'un Anadolu yakasında bulunan Sabiha

Gökçen Havalimanı'nı seçerek 2005 yılının Kasım ayında tarifeli iç hat seferlerine, 2006 yılında ise dış hat tarifeli seferlerine başladı. 2005 yılında altı uçuş noktası ile haftada 112 uçuş gerçekleştiren Pegasus, istikrarlı büyümesini sürdürerek günümüzde 40 ülkede 100'den fazla noktaya haftada 3000'den fazla uçuş gerçekleştiren bir hava yoluna dönüştü.

Türkiye'nin en genç filosuna sahip hava yolu olarak yeni uçaklara yatırım yapan Pegasus, 2012 yılında Airbus firması ile 12 milyar USD değerinde 100 uçaklık (25'i opsiyonlu, 75'i kesin olmak üzere) Airbus A320neo ve A321neo tipi yeni uçağı kapsayan rekor bir uçak siparişine imza attı.

Pegasus, 26 Nisan 2013 tarihinde paylarının %34,5'lik kısmı halka arz edilerek Borsa İstanbul'da "PGSUS" kodu ile işlem görmeye başladı ve Türkiye'de borsaya kote olan ilk özel hava yolu oldu.

Ürün

Türkiye'de hava yolu ile yolculuğun herkesin hakkı olduğuna inanan Pegasus, bu vizyondan hareketle liderliğini sürdürdüğü "düşük maliyetli hava yolu modeli" sayesinde misafirlerine uygun fiyatlı hava yolu ulaşımını genç filosu ve yüksek zamanında kalkış oranları ile sunuyor. Pegasus, bugün 40 ülkede 100'den fazla noktaya seferler düzenliyor ve Türkiye ile Avrupa, Kuzey Afrika, Ortadoğu, Rusya, Orta Asya arasında bağlantılı uçuşlar gerçekleştiriyor.

Pegasus, iş modeli ile herkese ekonomik fiyatlarla uçma imkânı verirken modelin misafirlere getirdiği en önemli yeniliklerden birisi de uçak bileti ile tüm diğer ek hizmetleri birbirinden ayırması oldu. Herkese kendi uçuşunu özgürce yönetebileme hakkı sunan Pegasus, isteyen misafirlere sadece uçak bileti satın alarak seyahat maliyetlerini minimumda tutma, isteyenlere ise koltuk seçimi, ek bagaj hakkı ve uçakta yemek gibi ek hizmetler ile seyahatlerini diledikleri gibi şekillendirme fırsatı sunuyor.

Pegasus seçimin tamamen misafirlere bırakıldığı iş modeli ile misafirlerinin seyahatlerini daha keyifli ve konforlu hale getirmek için sunduğu ek ürün ve hizmet ağını da yıllar içerisinde geliştirmeyi sürdürdü. Yalnızca uçak içerisinde misafirlere diledikleri konforu ve uçuş deneyimini sunmanın ötesinde giden Pegasus, bu vizyonla misafirlerine seyahatleri öncesinde ve sonrasında uçtan uca ihtiyaç duyacakları pek çok ürün ve hizmete dijital kanallardan ulaşabileme imkânı sunuyor.



Misafirler, vize ihtiyaçlarından, havaalanı otopark hizmetlerine, gidecekleri şehirde ihtiyaç duyacakları otel rezervasyonundan araç kiralamaya pek çok ek ürün ve hizmete dijital platformlar üzerinden ulaşabiliyor. Örneğin, misafirler, Pegasus'un uçtuğu çoğu hava alanında otoparklara flypgs.com üzerinden önceden rezervasyon yapabiliyorlar, ya da vize başvurusu için aracı hizmetine ulaşabiliyorlar.

Pegasus, tarifeli uçuşlara başladığı dönemden itibaren dijital gelişmeleri odağına almış bir marka. Misafirlerinin ihtiyaçlarından yola çıkarak teknolojiyi en iyi şekilde kullanarak dijital gelişimde dönüşümü müşteri, iç süreçler ve çalışan ve operasyon eksenlerinde değerlendiren öncü markalardan biri oldu. Toplam satışın %50'den fazlasını, Türkiye'deki satışın da yaklaşık %60'ını kendi masafüstü ve mobil kanallarından yapan Pegasus'ta, mobilin toplam satışın içindeki payı %20'ye, toplam direkt dijital satış içindeki payı da %40'a yaklaştı. Bu Türkiye genelinde mobilin e-ticarete içindeki payının oldukça üzerinde bir oran.



Müşteri odaklı dijitalleşmede mobilin öneminin farkında olan Pegasus'un aylık aktif mobil kullanıcı sayısı bir milyona yaklaştı. Mobil sadece bilet satış platformu olarak görmeyen, seyahat boyunca ihtiyaç duyulabilecek tüm ürün ve hizmetlere, zaman ve lokasyon sınırı olmadan mobil olarak sunabileme olanağının farkında olan Pegasus, mobil misafirleri için bir seyahat asistanı olarak görüyor ve ona göre yapılandırıyor.

Dijitalleşmede en önemli konulardan biri de verinin kullanımı. 2011 yılında lansmanı yapılan ve 3 milyon üyeyi aşan Pegasus Plus sadakat programı ile puan kazanımını ve kullanımını teşvik ederken, CRM alt yapısıyla hedefli kampanyalar yapılıyor. Veri analitiği fonksiyonuyla misafirlerin alışveriş ve davranış trendleri analiz edilerek buna göre stratejiler geliştiriliyor.

En Son Gelişmeler

2012 yılında 75'i kesin olmak üzere sipariş verilen A320neo ve A321neo tipi 100 uçaklık siparişinin ilk uçaklarını 2016 yılı üçüncü çeyreği itibarıyla teslim almaya başlayan Pegasus'un yeni uçakları yeni nesil motorlar ve sharklet'ler (dikey kanat uçları) içeriyor. Bu özellikleri ile uçak başına yıllık %15'lik bir yakıt tasarrufu sağlarken aynı zamanda karbondioksit emisyonlarında bir azalma sağlanması hedefleniyor. Pegasus'un yeni uçak siparişine ait son uçağın teslimi 2022 yılı sonunda gerçekleşecek.

Pegasus, 2016 yılında misafir bildirimlerinin tek bir kanaldan yönetilmesi ve misafirlerin taleplerine geri dönüşlerin daha hızlı ve etkin bir şekilde sağlanması için servis alanında yetkinliği yüksek bir altyapı entegre etti. Böylece e-mail, çağrı merkezi, sosyal medya ya da web sitesi gibi farklı kanallardan gelen misafir soru ve şikayetlerini tek bir platformda tutmaya başlayarak şirketin şikayet yönetimi entegrasyonunu sağladı.

Akıllı projelere yatırım yaparak verimliliğini artırmayı hedefleyen Pegasus, EFB/Elektronik Uçuş Çantası projesi ile kokpitte kâğıt kullanımını bitirdi. Aircraft Tracker/Uçak Takip ile ise büyük veriyi kokpitle uyarladı. Böylece bu sistem ile tüm uçaklarının bakım/anıza durumlarını uçuş sırasında otomatik takip edip gelişen durumlara daha uçak yere inmeden çözüm oluşturabilmeye başladı.

Transit pazann ve direkt uçuşların sağlıklı büyüebilmesi için, Türkiye'nin hub sayısını ve havaalanı altyapısını geliştirmesi gerektiğini savunan Pegasus, 2017 yılı itibarıyla Ankara ve İzmir merkezli yurt içi uçuş noktalarının sayısını artırarak bu bölgelerde uçuş ağını genişletmeye başladı.

Promosyon

Pegasus gerçekleştirdiği fiyat odaklı genel kampanyaları, internet ve Pegasus mobil kanallarına özel uygulanan kampanyaları, ücretsiz misafir sadakat programı Pegasus Plus üyesi misafirlerine sunduğu özel fırsatlar ve CRM kampanyaları ile yıl boyunca 60'ın üzerinde kampanya düzenliyor ve misafirlerine en uygun fiyatlarla uçma imkanı sunuyor. Yüzde indirim, son fiyatı sabitleme, şifre ile bir sonraki uçuşunu ücretsiz alma gibi pek çok promosyon mekaniği uygulayarak misafirlerini uygun fiyatla uçuracak kampanyalar uyguluyor.

Marka Değerleri

Pegasus, düşük maliyetli hava yolu taşımacılığı modeliyle sektöre girdiğinde, marka söylemi olan "Uçmak Herkesin Hakkı"nı modelin temeli üzerine kurguladı. Bu söylemin çevresinde kurguladığı

markasıyla, çalışmalannın odağına Türkiye'de hava yoluyla tanışmamış kitleleri hava yoluyla buluşturmayı aldı. Sektöre kattığı yeni misafirlerle ilk 10 yılında sektörün yaklaşık iki katı büyümeye ulaştı.

Pegasus, 2013 yılı içinde kapsamlı bir "Marka Mimarisi" çalışması başlatarak Fokus Grup araştırmaları, atölye çalışmalarını gerçekleştirdi ve şirketin misafire dokunduğu tüm temas noktalarını inceledi. Markanın kökleri, temel tüketici iç görüşü, marka inancı, markanın karakteri ve tavni, tüm sembolleri markanın misafire vaadi konularında titiz bir çalışma yürüterek markayı yeniden ele aldı. Bu çalışmanın sonucunda Pegasus markasının hangi yöne taşınacağı belirlendi. Pegasus, markasını "Pegasus Özgürleştirir" marka davası etrafında geleneksel seyahat alışkanlığının ötesine geçerek daha çok seyahat etmek üzere ilham veren, uygun fiyatlarıyla buna imkân tanıyan bir marka olarak konumlandırmaya başladı.

Çalışmanın misafirlere ilk yansıyan kampanyası 2014 yılında başlatıldı. Kampanya, misafirleri bir ya da birkaç günlüğüne de olsa atlayıp gitmeye, yeni yerler görmeye, yeni lezzetler tatmaya teşvik eden ve seyahatin önündeki bariyerleri ortadan kaldırmayı hedefleyen, alışkanlıklarını değiştirerek daha fazla seyahat etmek için misafirlere ilham veren "Atlayıp Gitsem" kampanyası oldu.

Pegasus, 2014 yılından bu yana tüm iletişim çalışmalarında benimsenen "Atlayıp Gitsem" pazarlama stratejisi ile 2017 yılında MediaCat Felis Ödülleri kapsamında marka olarak "Dönüştüren Pazarlama Etkisi" bölümünde "Stratejik Etki / Pazaran Geliştirilen Kategori Birincisi" ödülüne sahip oldu.

www.flypgs.com

BUNLARI BİLİYOR MUYDUNUZ?

Pegasus

➤ 2005 yılından bu yana misafirlerinin %68'ini 100 TL'nin altında, %27'sini ise 50 TL'nin altında uçurdu.

➤ Pegasus, Türkiye'de zamanında kalkış oranını web sitesinde günlük olarak açıklayan ilk hava yolu şirketi oldu.

➤ 5.80'lik yaş ortalamasıyla Türkiye'nin en genç filosuna sahip hava yolu şirketi Pegasus'tur.

➤ Uçaklarda anonslarına "Bayanlar ve Baylar" hitabının yerine "Bayanlar, Baylar ve Sevgili Çocuklar" diyen ilk markadır.

➤ Türkiye'de borsaya kote olan ilk özel hava yoludur.

➤ 2012 yılında Airbus'a verdiği 12 milyar USD liste fiyatı değerinde, 25'i opsiyonlu toplam 100 uçaklık siparişi ile Türk Sivil Havacılık tarihinde bir seferde verilmiş en büyük siparişe imza attı.

➤ Teslim aldığı uçaklara 2005 yılından bu yana şirket çalışanlarının yeni doğan kız çocuklarının ismini veriyor. Bu gelenekten yola çıkarak "Dünyanın En Güzel Hediyesi" kampanyası ile 2015 yılında filoda yer alan bir uçak yarışmada kazanan kız çocuğunun resmi ile giydirildi.