

**Le cas d'une compagnie aérienne commerciale régulière
Swiss**

OBJECTIFS

Contact

Yvan Haralambos, Directeur commercial

Secteur

Transport aérien de passagers

Sujet d'intérêt principal

- l'évolution d'une compagnie aérienne régulière internationale
- la valeur d'une marque et les risques planant sur sa pérennité

Sujets d'intérêt secondaire

- le concept de "coopétition" (coopération-compétition) dans le transport aérien
- la satisfaction / l'insatisfaction de la clientèle des voyages aériens

Objectifs généraux du cas

- illustrer le mode de fonctionnement, les contraintes d'une compagnie aérienne régulière à l'aéroport international de Genève

Objectifs spécifiques du cas

- faire décrire les objectifs et enjeux de la compagnie à Genève
- faire comprendre les forces concurrentielles actuelles spécifiques à l'aéroport de Genève
- faire identifier les critères de satisfaction/insatisfaction de la clientèle, qu'ils soient justifiés ou non
- analyser les relations fonctionnelles et de pouvoir entre la compagnie et les autres acteurs
- faire analyser la segmentation des attentes des clientèles de la compagnie Swiss
- faire analyser les limites du marketing transactionnel classique