



Objetivo: Retenção de um segmento valioso de clientes da British Airways.

Target: 500 clientes mais importantes.

Estratégia: Pretendia-se divulgar o desenvolvimento da cabine de 1^a classe da BA. Foi entregue um pack a cada cliente que continha uma lupa e informação detalhada acerca dos materiais utilizados na cabine.

Posteriormente, os clientes foram convidados a embarcar numa jornada para analisar a qualidade da cabine e descobrir o meticuloso processo de design.

Resultados: Após o recebimento do mailing, foram realizadas 121.294 reservas (média de três reservas por cliente) entre Outubro de 2011 e Fevereiro de 2012.

