



1. 不同客群、不同成长体系、不同忠诚度计划：基于不同行为特征细分的高频客群，提供针对性的成长体系作为“相互”责权利的体现，并配置针对性的运营计划及规则。
2. 从权益中心选择“统一定价”的权益，给“值得”的客户：按照个性化的忠诚度计划，针对该客群中的分等级的客群提供该运营团队认为“值得”的权益及服务，但其需要从权益中心采购，并且同时每个权益按照航司统一定价及服务标准规则进行提供，所以其背后是价格中心；
3. 从激励中心获取“统一定价”的积分，给“值得”的行为：按照个性化的忠诚度计划，针对该客群中的客户的特定行为，该运营团队针对“值得”的虚拟货币奖励，但其需要从激励中心采购，并且同时每个激励及虚拟货币按照航司统一定价及服务标准规则进行提供，所以其背后是积分中心；
4. 统一及集中风险控制：构建统一的、规则集中的、运营集中的、服务及响应权威的、督办及调度一体的风险预警、风险告警、风险控制、风险跟踪、风险洞察、风险挖掘的管理中心，从而支持对不同客群及全体客群运营中潜在存在的技术、业务、服务等各类“Bug”，减少航司运营、法律、经济等各类风险。
5. 统一客户体验运营及服务：构建统一、一体及权威的客户体验响应及处置中心，其不仅仅是要挖掘客户声音及尽心客户体验的洞察及挖掘，其更需要针对客户及旅客等出现的服务体验问题、投诉、征候等进行识别、判断、处置、分发、跟踪及复盘等，同时协调各个客群运营的忠诚度团队的利益平衡等，让客户得到公平、公正、统一的服务及出行体验。