



Turkish Airlines стартира своята дейност през 1933 г. с пет самолета. Днес флотилията на авиокомпанията включва 329 самолета със средна експлоатационна възраст около седем години, което я превръща в най-младата в Европа. През следващите години броят на самолетите ще се увеличи до 421. Авиокомпанията лети до 300 дестинации по цял свят, от които 251 международни и 49 вътрешни линии. С полети до 120 държави Turkish Airlines обслужва повече страни от която и да било друга авиокомпания в света. С непрекъснато разширяваща се мрежа от линии Turkish Airlines предлага отлична връзка с Африка, Близкия изток и Европа по отношение на заминаващи и пристигащи полети. Като една от най-бързо разрастващите се авиокомпани в света Turkish Airlines свързва Изтока и Запада. Нейните пътници могат да летят от Истанбул до над 50 страни по цял свят за по-малко от 3 часа, което превръща града в хъб на голям брой международни дестинации. На 1 април 2008 г. Turkish Airlines става част от най-голямото авиосемејство в света – Star Alliance. Авиокомпанията прави големи скокове не само по отношение на ръст и печалби, но и по отношение на качеството, за което свидетелстват и многобройните отличия на Skytrax.



Пазар

Българският авиопазар е добре диверсифициран, покривайки територии от Далечния изток до Америка и от Африка до Европа. Положителен е фактът, че пътниците могат да достигнат до хъба на Turkish Airlines в Истанбул с 50-минутен полет, откъдето имат възможност да пътуват до 300 различни дестинации.

Постижения на марката

Turkish Airlines е носител на редица награди на най-уважаваните организации в авиоиндустрията благодарение на високото качество на своите услуги, наземно и на борда кетъринг обслужване, своите бизнес класа и салон. Сред отличията са „Най-добра авиокомпания в Европа“ за шеста поредна година, започвайки от 2011 г., „Най-добро кетъринг обслужване в бизнес класа“ за 2013, 2014, 2016 и 2017 г. и „Най-добра обстановка за почивка в бизнес класа“ за 2015 и 2017 г. Наред с това глобалният превозвач взе наградата за „Най-добра обстановка за хранене в

бизнес класа“ за три поредни години, базирана на резултатите от проучването на една от най-авторитетните организации, проучваща мнението на пътниците – Skytrax. И не на последно място – Turkish Airlines бе отличена с престижната награда „Петзвездна глобална авиокомпания“ на Airline Passenger Experience Association (APEX), която се основава на обратната връзка от пътниците.

Продуктът

Turkish Airlines притежава една от най-младите флотилии в света със средна експлоатационна възраст от 7 години на нейните 329 самолета. Отличително за компанията е обслужването на нейните пътници в бизнес класа от майстор-готвачи на борда на самолета. „Летящите“ готвачи на Turkish Airlines предлагат на пътниците най-добрите ястия от турската и световната кухня, поднесени в стилни порцеланови съдове. Така пътниците на авиокомпанията могат да се наслаждат на нейното кетъринг обслужване, оценено от Skytrax с признанието „Най-добра обстановка за хранене в бизнес класа“.

Знаете ли, че...
 • Лозото на Turkish Airlines изобразява дива зязка, пътуваща по света.
 • Turkish Airlines лети до повече страни от която и да било друга авиокомпания.



В бизнес кабините има специално проектирани седалки със собствено електрическо храняване, въртяща се маса, лампа за четене и възможност за обособяване на собствена зона. Там пътниците на Turkish Airlines могат да се отдадат необезпокоявани на работа или почивка. В допълнение в бизнес класата се грижат за комфортния сън на пътниците чрез удобни седалки, които се приспособяват във вид на легло, както и с допълнителни възглавници и одеяла. Друго важно удобство са специално проектираните висококачествени слушалки, с които пътниците могат да се насладят на пътуването си още повече, гледайки най-новите филми и слушайки музика.

Знаете ли, че...
 • Международните пътници на Turkish Airlines, които имат повече от 7 часа престой, могат да се възползват от безплатна обиколка на Истанбул.
 • Turkish Airlines предлага 20 различни менюта на борда според нуждите на своите клиенти.

Важна е и услугата „Престой“. Чрез нея пътниците, които пътуват с двупосочен билет на Turkish Airlines и имат най-малко 20 часа време престой в Истанбул между два полета, могат да се възползват от възможността да се настанят за 1 безплатна нощувка в 4-звезден хотел за пътници от икономична класа и в 5-звезден хотел за пътници от бизнес класа в района на „Султанхамет“ и „Таксим“, използвайки ваучер за настаняване след приключване на регистрацията за полета.

В допълнение Turkish Airlines отвори минипорт офис и започна да извършва превоз на багаж между летище „Ататюрк“ и „Таксим“. Сега пътниците на авиокомпанията могат да оставят своя багаж в минипорт офиса и да се разхождат свободно през целия ден.

Съвременно развитие

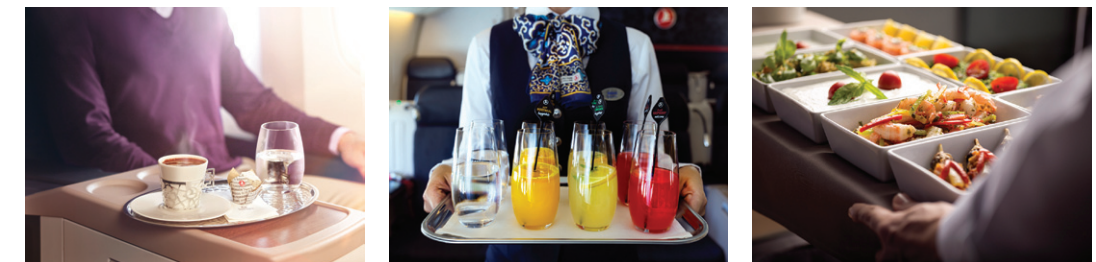
През последните години Turkish Airlines непрекъснато повишава качеството на услугите си и броя на своите пътници. От 11 млн. пътници през 2004 г., през 55 млн. през 2014 г. до 62 млн. през 2016 г., Turkish Airlines превозва 51,6 млн. пътници за периода януари-септември 2017 г.

Turkish Airlines е обявена за „Петзвездна глобална авиокомпания“ на официалното гласуване на Airline Passenger Experience Association (APEX). Престижната награда се основава на обратната връзка от пътниците. През 1984 г. Turkish Airlines стартира полетите си до София 3 пъти седмично. Днес авиокомпанията осъществява два полета дневно от София и 11 полета всяка седмица от Варна, като от 14 декември 2017 г. техният брой се увеличава на 18 полета от София седмично.

Промоция

Един от най-ефективните начини за повишаване разпознаваемостта на марката е организирането на промоционални активности по целия свят с участието на световноизвестни личности. По време на Super Bowl Turkish Airlines излъчва реклама с Морган Фрийман. Промоционалният клип, който споделя ценностите на марката, достига до 118 млн. души наведнъж и е гледан от 48% от домакинствата в САЩ. Според проучване Turkish Airlines е една от най-добрите разпознаваемите авиокомпани в света. В допълнение на тези комуникационни дейности днес марката работи в посока споделяне на своите ценности с клиентите си, като създава емоционална връзка с тях.

Turkish Airlines използва своята непрекъснато разрастваща се флотилия, значимата позиция на Истанбул като международен хъб и културното разнообразие в стремежа си да разгърне летенето със самолет на съвсем ново ниво. В съзвучие със своето мото „Разшири



своя свят“ авиокомпанията се стреми да накара пътниците си да се чувстват ценени и специални, опознавайки света, и да ги изненадва с новаторство на всеки етап от тяхното пътуване. „Разшири своя свят“ е своеобразна покана към пътниците да видят нови страни и да се запознаят с нови култури. В допълнение на мисията на Turkish Airlines да достигне до всяко кътче на планетата е и целта на бранда да бъде посланик на турската култура.

Най-новият проект за корпоративна социална отговорност на Turkish Airlines е насочен към подкрепа на кампанията „Армия на любовта за Сомалия“ (чиито лидери са звездите на социалните медии Джером Джар и Кейси Нейстат и актьорът Бен Стилър). Turkish Airlines подпомага борбата с глада и сушата в Сомалия. От началото на кампанията през март 2017 г. са направени стотици доставки с гарения за страната.

Офисът на Turkish Airlines в София играе много важна роля за популяризирането на България по света. Авиокомпанията организира редица информационни обиколки и пресрилове по целия свят за представители на медиите, туристически агенции и туроператори с цел да повиши интереса към страната. Наред с това офисът на Turkish Airlines в София е спонсор на много организации с нестопанска цел. Авиокомпанията е основният спонсор на тунинг изложението SEMA, което се провежда в НДК и на което присъстваха над 2000 гости. В допълнение на това авиокомпанията организира конкурс за детска рисунка по случай Международния ден на детето – 1 юни, и награди малкия художник победител и неговото семейство с пътуване до мечтан град.

Ценности на марката

Мотото на Turkish Airlines е „Разшири своя свят“, с което авиокомпанията иска да върхнови хората да преоткрият многообразието на света чрез нейното висококачествено обслужване по толкова много и различни дестинации. Един от основните приоритети на авиокомпанията е да направи преживяването на своите клиенти по-удобно и приятно, като непрекъснато подобрява качеството на своите услуги. В допълнение Turkish Airlines лети до най-много страни в света – цели 120, и достига до 300 дестинации. Така авиокомпанията свързва Изтока и Запада, Севера и Юга. Turkish Airlines е изключителна в своята мисия да свързва света. Turkish Airlines е носител на редица награди на най-уважаваните организации в авиоиндустрията благодарение на високото качество на своите услуги, наземно и на борда кетъринг обслужване, своите бизнес класа и салон.

