

SAS EuroBonus runder milepæl – norske Ingrid ble medlem nummer 9 mill.

SAS EuroBonus passerer nå 9 millioner medlemmer på verdensbasis. Programmet opplever en av sine sterkeste vekstperioder noensinne, med kraftig medlemsvekst de siste månedene, i takt med at utbredelsen både innenfor og utenfor Skandinavia øker. Medlem nummer ni millioner ble Ingrid Olsson, en 29 år gammel lærer fra Oslo.

EuroBonus har utviklet seg betydelig de siste årene – fra å være et tradisjonelt bonusprogram for flyreisende til å bli et bredt reise- og livsstilsunivers som treffer en stadig større og mer mangfoldig medlemsgruppe. SAS markerer sitt 80-årsjubileum i år, og utviklingen av EuroBonus understreker selskapets langvarige satsing på å belønne lojale reisende og tilpasse seg endrede kundebehov.

Den kraftige veksten gjenspeiler et styrket tilbud, større relevans i hverdagen og flere muligheter til å tjene og bruke poeng. De siste månedene har medlemsveksten skutt ytterligere fart, og EuroBonus får nå over 100.000 nye medlemmer velkommen hver måned – noe som gjør programmet til et av Europas mest dynamiske lojalitetsprogrammer.

«Vi er utrolig stolte over å kunne markere at vi nå har nådd 9 millioner EuroBonus-medlemmer. Denne milepælen viser styrken i programmet og tilliten medlemmene har til oss. EuroBonus er et av Skandinavias sterkeste lojalitetsprogrammer, og vi fortsetter å investere i å gjøre det enda mer verdifullt – enten du flyr ofte, reiser av og til, eller bare vil tjene poeng i hverdagen. Den positive utviklingen vi ser nå viser at strategien vår fungerer, og at EuroBonus er mer relevant enn noen gang», sier Paul Verhagen, Chief Commercial Officer i SAS.

Siden lanseringen i 1992, da programmet hadde 400.000 medlemmer, har EuroBonus jevnt og trutt utvidet sin rekkevidde. Nye medlemmer får i dag gratis WiFi om bord under flyvninger og kostnadsfri setevalg ved innsjekk – fordeler som har bidratt til økt pågang. Samtidig har programmet styrket sin tilstedeværelse i hverdagen gjennom rundt 2.000 partnere, som gjør det mulig å tjene poeng på alt fra shopping og strøm til hotell og finansielle tjenester.

Det strategiske samarbeidet med Scandic har videre åpnet nye fordeler for millioner av medlemmer og styrket EuroBonus som et livsstilsprogram som strekker seg langt utover flyreiser.

Vekst drevet av utvidede fordeler

Finansielle produkter har blitt en av de sterkeste motorene for engasjement. SAS har utvidet kortporteføljen med nye tilbud, inkludert et debetkort og kommer etter sommeren til å lansere et nytt B2B-betalingskort. Denne utvidelsen av programmet har spilt en viktig rolle i den siste vekstfasen, ved å gjøre det enklere å tjene poeng i hverdagen og åpne EuroBonus for en bredere målgruppe.



Å beholde de mest engasjerte reisende har også vært sentralt for å nå 9 millioner medlemmer. SAS har investert tungt i å utvide mulighetene til å bruke poeng på tvers av partnernetverket, slik at medlemmene får større fleksibilitet og flere måter å bruke poeng på reiser og oppgraderinger. Disse tiltakene styrker EuroBonus' posisjon som Skandinavia's største lojalitetsprogram – både i antall medlemmer og i bredden av tilbudet.

Medlem nummer ni millioner, Ingrid Olsson, meldte seg inn før sommerferien sin til København og Sverige. Olsson representerer en voksende gruppe yngre fritidsreisende som verdsetter fleksible måter å tjene poeng på, hverdagsrelevans og fordeler som forbedrer både korte og lange reiser.

Med sin størrelse, partnerbredde og raskt økende globale relevans er EuroBonus godt posisjonert for videre sterk vekst – og fortsetter å være en hjørnestein i SAS' forhold til millioner av reisende i Skandinavia og verden.