

大家坐过廉航吗？

说到廉价航空公司

，美国西南航空是一个绕不过去的典型，它有很多创新性做法，成为很多低成本航空公司效仿的对象。



这家曾经被同行鄙

视为“地板上的小蟑螂”的小规模航

空公司，是如何通过商业模式破局，年赚1.8亿美金的？

70年代传统的航空公司看重干线的运输，为了提高航班的客座率，客流量小的城市不直接通航，因为这种观点，短途航线一度被认为没有利润，但是美国西南航空颠覆了这一认知，

提出“我们要把高速公路上的

客流搬到天上”的概念，直接对标福特、丰田、克莱斯特等公路交通工具。



紧接着，美国西南航空将目标客户瞄准那些对价格敏感的短途商务和旅行者，打出低价的旗号，

其

绝大

多数票价

是其他航空公司的

1/3、1/6，甚至更低，价格相当于汽

车的票价

。另外，美国西南航空安排了密集的航班，保证乘客在错过一个航班后，能在一小时之内搭上同个航线的下一个航班，乘客还可以通过电话或者网络订票，到机场服务台报出姓名，就能领取登机牌。

低票价、密集航班、订票方便、快捷登机等一系列举措，让美国西南航空从汽车、巴士等公路交通工具“抢”到大批量乘客，称得上是名副其实的“空中巴士”。

再者，美国西南航空

只保留核心服务，将成本结构降到最低

。当其他所有的航空公司都在考虑如何为乘客更好地提供服务的时候，他把这些附加服务都去掉了，飞机上不提供餐食，只提供花生和饮料，也不提供免费的行李托运服务，要托运，买票，这样一来，成本大大降低。



那一年，耻笑他的航空业巨头，联合航空巨亏54亿，而西南航空这只小蟑螂，却在如此低迷的市场环境中，赚了1.8亿美金。

我把这种模式叫做极简商业模式。

所以，你也可以想一下，
哪些是公司非核心服务，砍掉他，因为每一项服务都对应着成本，懂了吗？



喂！