

„Establishing a Cross-border Community Bicycle Transport System on the settlements of Sátoraljaújhely, Zemplén, and Szőlöske”

(Acronym: ”Cross-Bike”)

SKHU/1601/2.2.1/360

Marketing stratégia



E-Bike Sharing Hungary Kft. – 2021.

Tartalomjegyzék:

1. Bevezetés
2. Marketingmix
3. Projektismertető
4. Kommunikációs célok
 - 4.1 Kommunikációs terv
5. Arculati elemek
6. Célcsoport szegmentálás és feljük történő kommunikáció
 - 6.1 A célcsoport szegmentálása
 - 6.2 A kommunikáció szakaszai
7. Kommunikációs terv

A marketingstratégia tartalma nem feltétlenül tükrözi az Európai Unió hivatalos álláspontját.

1. Bevezetés

Jelen esetben egy új üzletág, egy új közszolgáltatás, azaz a elektromos kerékpáros közösségi közlekedési rendszer (EKKKR) kialakítása a cél, melyhez a stratégiai és marketing terv nyújtja a lehetőséget.

A feladat az, hogy értéket „szállítsunk”, közvetítsünk a piacra. A hagyományos értékközvetítő folyamat esetében a létrehozott terméket, jelen esetben **szolgáltatást** eladásra, használatra kínáljuk az emberek felé. Ebben az értelemben a hagyományos megközelítés azt tételezi fel, hogy egyértelműen tudjuk, hogy mit kell létrehozni, milyen szolgáltatást kell megteremteni, majd a szolgáltatást igénybe vevők elegendően vannak ahhoz, hogy a szolgáltatás ellenértéke profitot is hozzon.

A marketing terv, mint az üzletág tervezési folyamatának része a hagyományos közelítésen túl azt a felfogást részesíti előnyben, amelynél a létrehozás (előállítás) és az értékesítés hangsúlyozása helyett az érték-előállítási és értékközvetítési feladatokat, mint feladatsort helyezük előtérbe. Különösen igaz ez jelen esetben az elektromos kerékpáros közösségi közlekedési szolgáltatásra. Továbbá: EKKKR

A szegmentálás, célpiac kiválasztás, pozicionálás képezik a marketing tervezés első fázisát.

Majd mindezen értékválasztást a közvetítéssel kapcsolatos tervezés követi, amelynek során meghatározhatók a szolgáltatás sajátosságai, az egyedi jellegzetességek rögzítése, valamint az érték-közvetítési folyamat részét képező értékesítési feladatok részletezése, elosztási csatornák meghatározása.

A marketing feladat fő elemét maga a **kommunikáció** jelenti, ami magában foglalja a személyzettel kapcsolatos feladatok rögzítését, a vásárlás/igénybevétel-ösztönzést, a reklámozást és egyéb promóciós tevékenységeket, mely hozzájárul a piac informálásához, illetve befolyásolásához.

Mindezen tervezési folyamatot nevezhetnénk üzleti tervezésnek is, sok esetben, és még a szakirodalomban is ezek összetartozóak, tehát nincs különösebb jelentősége annak, hogy jelen anyagban milyen elnevezést kap. A lényeg, hogy megtörténjen ez az előre tervezés.

A jelen projekt keretében megvalósuló **EKKKR-t**, mint szolgáltatást a **marketingmix** jellemzi.

Jelen esetben a terméket maga a szolgáltatás jelenti, azaz, hogy a határon átnyúló EKKKR Sátoraljaújhely, Zemplén és Szőlöske rendszerében miként jelenik meg maga a hagyományos közösségi közlekedést kiegészítő kínálati lehetőség. Így beleértendő a szolgáltatás részleteinek sajátosságai, a kerékpárok és gyűjtőállomások, azok

használatának, igénybevételének jellemzői és a teljes szolgáltatási rendszerrel kapcsolatos minőségi elvárások.

2. Marketingmix

A **marketingmix** további fontos eszköze az ár, ami azt a pénzüsszeget jelenti, amelyet a rendszert igénybe vevő fizet. Az ár kialakításának része a teljes ár képzési struktúra, hiszen különböző időtartamú és távolságú közösségi kerékpáros használatról beszélünk.

Az EKKKR-t csak regisztrált ügyfelek használhatják. A regisztráció történhet online app-on keresztül, illetve helyi RFID kártya értékesítéssel. A rendszer megkülönböztet: Alkalmi, fél napos, egész napos és éves regisztrációt. A helyi RFID kártya igénylést csak a helyi lakosok vehetik igénybe az üzemeltető által kijelölt értékesítési ponton. A szoftver beállítási lehetőségei között szerepel az adható kedvezmény. Ez egy marketing elem, általában 20-30 perc ingyenes kerékpározás.

Megvalósíthatósági tanulmány és költség-haszon elemzés, marketing terv, a fizetési feltételek köre, a kaució-, a biztosítás és egyéb az árral összefüggő témakörök. Mindezekre az Üzleti terv tér ki, mely használati feltételek az Általános Szerződési Feltételekben (ÁSZF) rögzítettek.

További lényeges marketingmix eszköz az állomások helyszíne, amely azokkal a tevékenységekkel függ össze, amelyek könnyen elérhetővé, igénybe vehetővé teszik a közösségi kerékpáros rendszert. Így a telepített gyűjtőállomások elhelyezkedése kiemelt jelentőséggel bír. A szolgáltatás használati értékét növeli, ha a gyűjtőállomások potenciális helyeken vannak telepítve.

- A megfelelően működő EKKKR alap feltételei, a mindenki számára elérhető, megfelelő helyszínre telepített gyűjtőállomás. A tervezésnél figyelembe kell venni, a kommunális létesítményeket, turisztikai desztinációkat, ipari övezeteket, a korábban kialakított közlekedési struktúra csomópontjait. Javasolt állomás sűrűség 350-500 m.
- A megfelelő dokkolószám, ezzel együtt megfelelő darabszámú elektromos kerékpár egyes állomásokon.
- A kerékpár műszaki tartalma, megfelelő elektromos rásegítés, megfelelő akkumulátor kapacitás.
- Ár érték arányban a legolcsóbb közlekedési eszköznek kell lennie.

Fontos tényező a gyűjtőállomások pontjai alapján kialakult hálózatsűrűség. Nem elhanyagolható tényező, hogy az egyes gyűjtőállomásokon mindig legyen igénybe vehető kerékpár. Ennek hátterét a háttérszerviz és logisztikai működési rendszer, s a 24 órás diszpécser szolgálat feladata megoldani. Fontos kiemelni e témakörnél a gyűjtőállomásokhoz való megfelelő (biztonságos és akadálymentes) kerékpár úthálózatot.

Szintén marketingmix eszköz maga a promóció.

E fogalom alatt azokat a tevékenységeket értjük, amelyeket a rendszer megismerésének érdekében és az igénybevétel befolyásolása érdekében közvetlenül és közvetetten kell végezni. A szolgáltatást bárki, önállóan kell, hogy igénybe tudja venni.

A rendszer használatához folyamatosan segítséget tud nyújtani az **ügyfélszolgálat, diszpécser szolgálat**. Ezért kiemelt jelentőséggel bír a háttér megfelelő minőségű működtetése.

Egy szolgáltatás megítélése nagyban múlik a személyzettel való kommunikáción.

A kommunikációs és promóciós feladatok közé tartozik ugyanakkor a folyamatos információ biztosítása és az igénybevétel ösztönzése is (Facebook, és egyéb média csatornák)

Ennek intenzitása a rendszer bevezetésekor nagyobb jelentőséget kap, de az állandó működés során sem elhanyagolható.

3. Projekt ismertető:

A projekt megvalósításában Sátoraljaújhely és két szlovákiai település: Zemplén és Szőlöske vesz részt. A pályázat vezető partnere Sátoraljaújhely.

A projektben kialakítandó Elektromos Közösségi Kerékpáros Közlekedési Rendszert (EKKKR) egy olyan új, közösségi közlekedési szolgáltatás, mely által javul a regionális és kistérségi központok összeköttetése és a határtérség belső áteresztő képessége. A megvalósult EKKKR-ben Sátoraljaújhely 8 stratégiai pontján, míg Zemplén és Szőlöske településeken 1-1 kerékpár kölcsönző állomás került kialakításra.

Az elektromos közösségi kerékpár kölcsönző rendszer létesítésével, cél a települések közötti utazásokhoz hatékony és környezetbarát alternatíva létrehozása, a jelenleg elérhető közlekedési eszköz-kínálat szélesítése, illetve a jobb közlekedési struktúra kialakítása.

A rendszer kialakításának eredményeként a települések között közlekedők számára a kerékpáros közlekedés, mint bármikor választható alternatíva fog rendelkezésre állni.

Gyakorlati szempontból az EKKKR kiváló lehetőséget nyújt, hogy a helyi lakosság, a városban tanuló diákok, a környező településekről napi rendszerességgel munkába járók, a határon átnyúló közlekedők, illetve turisztikai desztinációhoz látogató turisták gyorsabban, könnyebben és olcsóbban elérhetik úti céljukat.

Az EKKKR arra hivatott, hogy településeket, országokat, otthonokat és munkahelyeket, illetve attrakciókat kössön össze. Megkönnyíti a határ két oldalán álló települések napi átjárhatóságát, gazdasági fejlődést generál és társadalmi kapcsolatokat alakít, illetve megkönnyíti a kapcsolattartást. A rendszer közterületen, bárki számára elérhető, (korlátlanul) bővíthető hálózat jellegű, mintavértékkel bír a térség magyar és szlovák települései számára, emellett önkiszolgáló, környezetbarát és szemléletformáló.

4. Kommunikációs célok

A kommunikáció célja, hogy felhívja a figyelmet **a környezetbarát, egészséges, innovatív, a város terveihez illeszkedő, több településeket összekötő, határon átnyúló közlekedési rendszer előnyeire, használati lehetőségeire.**

4.1 A kommunikációs célok között részletesen az alábbi pontokat kell kiemelni:

- A projekt szervesen kapcsolódik a Smart City koncepcióhoz, melynek megvalósulása szintén városi akarat.
- Az intelligens elektromos kerékpárkölcsonzó rendszerek innovatívítása magában hordozza a modern technológia vonz erejét és a fenntartható jövő megoldásait egy már most kézzel fogható eszközben.
- Fontos, hogy a kerékpárok használata során a felhasználók egy egészségesebb módját választhatják a közlekedésnek
- Kiemelten fontos a közlekedési kultúra színvonalának emelése a közlekedésbiztonság javítása. Az elektromos hajtás segítségével azok is újra megszerethetik a mozgás örömét, akik már eltávolodtak a kerékpározás lehetőségétől.

4.2 Általános kommunikációs feladat:

A projekt kommunikációs arculatának minden elemében illeszkednie kell a város arculatához, kialakítása során a projektgazda tulajdonában álló Sátoraljaújhely marketingjéért felelős szervezetek bevonásra kerülnek.

Általános üzenetek

A kommunikáció során az üzeneteinkben az emocionális és racionális érveket egyaránt meg kell fogalmaznunk. Az EKKKR üzenetei során szeretnénk szimpátiát és pozitív visszacsatolást elérni minden célcsoportnál, de a racionális érvekre is hangsúlyt fektetünk. Az EKKKR-t mint megoldást az alábbi pontokon keresztül érdemes kommunikálni:

- mobilitás - új, alternatív közlekedési eszköz
- élhető környezet- egészséges, fenntartható, zöld
- közlekedésbiztonság - közlekedési szabályok betartása, kijelölt kerékpáros útvonalak használata
- élhető város - zajterhelés, levegőminőség
- gazdaság - vásárlás, turizmus, települési revitalizáció

Az EKKKR a városi közlekedés új és alternatív módja, mely a már meglévő közösségi közlekedés rendszerébe építve szélesíti tovább a kínálatot. A már meglévő közösségi közlekedési rendszerek: helyi buszjárat, vasútállomás a távolabbról érkező munkába járás és turisták lehetőségeként, magán taxi vállalat. Ez az üzenet a legáltalánosabb és legfontosabb, melyet mindenhol hirdetnünk érdemes.

Cél, hogy az emberekkel megértessük, az EKKKR használatával segítik a környezetszennyezés visszaszorítását. Általános használat mellett csökkenthető a városi motorizált közlekedésből fakadó környezetterhelés, ami tisztább levegőt jelent mindannyiunk számára.

A városlakók és felhasználók mozgásra való ösztönzése a nemzet közös érdeke. Az egészségmegőrzés talán még sosem kapott ekkora szerepet, mint napjainkban. Mivel Magyarországon a vezető halálozási sorban az érrendszeri és keringési megbetegedések elől szerepelnek, melyek leginkább fizikai aktivitással – mi esetünkben az EKKKR használatával - előzhetőek meg.

Ezáltal elősegíthető az egészségügyi kiadások csökkenése. A kerékpáros közlekedés olcsóbb és gyorsabb, mint bármelyik más közlekedési eszköz, amennyiben rövid távon közlekedik a felhasználó.

Amellett, hogy a lakosság és a turisták számára is biztosítjuk a kerékpárral történő városi közlekedés lehetőségét, a rendszer létrehozásának járulékos hatása a város arculatának javítása is.

Az ilyen típusú közlekedésfejlesztések Európa szintűre emelik a magyarországi vidéki városokat. Célja a rendszernek a városlakók és a határ menti települések közlekedés struktúrájának javítása. Az ide érkező turisták vonzereje lehet a kiépített elektromos kerékpáros rendszer.

Üzeneteinkben kiemelten hangsúlyozzuk a biztonságos közlekedés fontosságát. Tudatosítani kell az emberekben, hogy nemcsak magunkért, hanem másokért is felelősek vagyunk, amikor közlekedünk.

Hisszük, hogy a kerékpáros közösségi rendszer használóinak és megismerőinek szemléletmódjára, életvitelére, egészségére egyaránt kiható pozitív hatása lesz.

5. Arculati elemek

Mivel az EKKKR teljesen új szolgáltatás lesz a városban, teljesen egyedi arculattal kell rendelkeznie, mellyel kitűnik majd környezetéből, de emellett illeszkednie kell az attrakciókhoz már kialakított városi arculathoz. Interreg V–A Szlovákia-Magyarország Együttműködési Program SKHU/1601/2.2.1/360 azonosítószámú, „Establishing a Cross-border Community Bicycle Transport System on the settlements of Sátoraljaújhely, Zemplén, and Szőlőske” c. pályázat során **hozza létre a turisztikai információs pontját a város főterén, mely projekt keretében integrálásra kerül a turisztikai szolgáltatók és a város arculata, az így létrejövő egységes márka jelképeinek használata elengedhetetlen a kerékpárrendszer kommunikációs bevezetése során.**

Fontos, hogy az egész rendszer arculata egységes legyen, a kerékpár állomástól kezdve, az értékesítési irodán át a honlapig.

Az állomások, a kerékpárok, az információs eszközök kialakításának összehangolása elengedhetetlen, hiszen ezzel találkozik nap, mint nap a felhasználó vagy érdeklődő, és így lehet legegyszerűbben a tudatában építeni szolgáltatásunk arculati elemeit.

Ezáltal könnyebben fogja azonosítani szolgáltatásunkat amikor legközelebb találkozik vele. Emellett ugyanazon arculatot kell tükröznie a háttér kiszolgáltató rendszerek eszközeinek is (karbantartó járművek, szervizek, ügyfélszolgálat, stb.). Ezeken kívül a kommunikáció egyéb eszközeinél is ugyanazon arculatnak kell vissza köszönnie (honlap, levelezés, reklámok, stb.).

A teljesen egyedi és közös sémára épülő arculat azonban nem csupán a könnyebb azonosítás miatt lehet előny. Az esetleges lopások, vagy rongálások esetén sokkal könnyebb a kerékpárok és elemek felkutatása, megtalálása, és beazonosítása.

Promotion – Vásárlásösztönzés és reklám

Az ösztönzéspolitika a vásárlókkal tudatja, hogy létezik a termék, felébreszti az igényt és a vágyat a szolgáltatás iránt. A negyedik elem arra épül, hogy nem elég, hogy a szolgáltatásunk létezik, elkészült és piacra került, de meg is kell ismertetni azt a potenciális felhasználókkal. Be kell mutatni, hogy miért, milyen igények kielégítése érdekében létezünk, hogy milyen előnyökkel, élvezeti értékkel bír a tevékenységünk, szolgáltatásunk.

A kommunikációs terv, az elektromos kerékpáros közösségi közlekedési rendszer bevezetését és a lakosság általi elfogadottságának növelését célozza meg. Legelőször le kell határolni azt a célcsoportot, aki felé kommunikálni szeretnénk, és miután ez a szegmentálás megtörtént indulhat a célzott taktika kialakítása.

6. Célcsoport szegmentálás és feléjük történő kommunikáció

A kommunikáció során a különböző célcsoportokat szegmentálás után az adott célcsoportnak szánt kommunikációs csatornán a megfelelő üzenettel keressük meg. Kommunikációs tervünkben elsősorban a lakossági felhasználók elérését céloztuk meg, de fontos kiemelni, hogy a rendszer kialakítása során a különböző szervezetek, közhasznú cégek, sajtó és egyéb partnerek felé folytatott kommunikáció is elengedhetetlen részét képezi a sikeres működtetés elindításának.

6.1. A célcsoport szegmentálása

Felhasználók	Jellemzésük
Városi lakosság	Sátoraljaújhely, Zemplin, Szőlőske 14 év feletti lakossága
Gyalogosok	Olyan lakosok, akik a városon belüli közlekedésüket a nem megfelelő közlekedési infrastruktúra és lehetőségek miatt kénytelenek gyalogszerrel megoldani.
Kerékpárosok	Olyan lakosok, akik a kerékpárt közlekedési vagy szabadidős céllal veszik igénybe.
Közösségi közlekedést használók	A lakosság azon része, aki a városon belüli közlekedéshez a busz hálózatot veszi igénybe.
Gépjárművel közlekedők	A lakosság azon része, aki a gépjárművet városon belüli közlekedésre is használja.
Fiatalok és középiskolai diákok	A 14 évnél idősebb diákigazolvánnyal rendelkezők
Agglomeráció	Sátoraljaújhely környékén élő lakosok, akik mindennapi ügyeik, munkába vagy iskolába járás miatt igénybe vehetik a rendszert
Turisták	Belföldi vagy külföldi turisták, akik utazásuk jellegéből a városon belül nagyobb távolságra szeretnének eljutni. Illetve turisztikai desztinációk látogatása a céljuk.

6.2 A kommunikáció szakaszai

Szakasz	Főbb üzenetek	Csatorna
Építkezés	Rendszer célja, használatának elve és előnyei megvalósítás menete tervezett időpontok.	Saját online felületek, hírgenerálás a sajtó számára.
Belső teszt időszak	Rendszer indulásának közeledte, munkafolyamatok részletei, nyilvános teszt regisztráció	Saját online felületek, online reklám lehetőségek, sajtó
Nyilvános teszt időszak, promóció	Rendszer használatának részletei, bérlet előregisztráció, pozitív felhasználói visszajelzések, rendszer előnyei a város és a lakosság számára	Saját online felületek, online és offline reklám lehetőségek, ambient megjelenés sajtó
Teljes körű üzemeltetés	Bérletvásárlás részletei, nyitási kedvezmények, rendszer használati adatok, rendszer előnyei a város és a lakosság számára	Saját online felületek, online és offline reklám lehetőségek, ambient megjelenés sajtó
Bővítés	A rendszer tovább épülésének információi, további bérletvásárlási lehetőségek	Saját online felületek, online és offline reklám lehetőségek, hírgenerálás a sajtó számára.

6.3 Kommunikációs terv

Az EKKKR konkrét kommunikációs tervét pedig az alábbi váz képezi.

I. Szakasz - Építkezés

Sajtótájékoztató a rendszer elindításáról

Az EKKKR elindításának bejelentése az első kommunikációs lépés. A helyi médiumok és sajtó szereplőinek tájékoztatása és pontos információ nyújtása a rendszer lényegéről, használatáról és a telepítés szakaszairól.

Egyeztetés az érdekelt szervezetekkel

A szervezetek közötti kommunikációra már a kezdetektől lényeges hangsúlyt érdemes fektetni. Az önkormányzat, a közterület, a kerékpáros szervezetek, a zöld és turisztikai szervezetek munkatársainak bevonásával hatékonyabb működés generálható. Az online és offline megjelenések elősegítése az együttműködés fontosságát ösztönzi.

Egyedi márkanev, logó egyedi tervezésű szóróanyagok:

A projekthez kapcsolódóan elkészített egyedi logó készítése, mely az elkészült logó és színek alapján egyértelműen beazonosítja a projektet és megjelenésével, a projekt tartalmával összhangban egyesíti a határon átnyúló kapcsolatokat, az egészséges életmódra való nevelés és a fenntarthatóság fontosságát, a földrajzi elhelyezkedéssel összhangban. Az egyedi logót a megvalósítás és a fenntartási, üzemeltetési időszakban alkalmazni kell.

Arculat kialakítás:

A márka - brand név megválasztásával a városi arculathoz illesztést követően kialakításra kerülhetnek a végső arculati elemek. A név és logó megtervezése után a weboldal és a kerékpárok elnyerhetik a Sátoraljaújhely arculatát megjelenítő végső formájukat.

Az arculat alapvető meghatározó elemei:

- gyűjtőállomási eszközök, elemek
- közbringa kerékpárok, valamint
- weboldal megjelenése.

Weboldal

A folyamatos információközléshez és a tájékoztatás naprakészségéhez online kommunikációs felületeket hozunk létre. Szükséges egy márka névvel ellátott weboldal, és egy általános domain név, ami keresőbarát (pl. cross-bike.hu, crossbike) és a fő weboldalra van irányítva. Ezen a weboldalon keresztül tudhatnak meg minden szükséges információt a felhasználók. Az oldalnak az alábbi főbb menüpontokat érdemes tartalmaznia:

- rendszer ismertető (a rendszer leírása, célja és funkcióinak ismertetése)
- regisztráció (a regisztrációs irodák bemutatása, a regisztráció menete, a regisztrációhoz szükséges dokumentumok bemutatása)
- használat (a kerékpárkölcsonzó rendszer használatának bemutatása, a kerékpárok levételének és lerakásának menete, a kerékpározás megkezdéséhez szükséges teendő bemutatása)
- díjszabás (a bérletvásárlási opciók bemutatása, az alkalmi felhasználás árazásának listázása) hasznos tudnivalók (pl.: mi a teendő, ha az állomás tele van, vagy nem tud kerékpárt levenni; ha meghibásodik az általa használt kerékpár; stb;)
- kapcsolat (pl.: ügyfélszolgálat, call center)

A telepítés megkezdése, a kommunikáció kezdeti szakaszától minden platformon, ahol csak lehetséges, hirdetni kell az internetes elérhetőséget az EKKKR-nek. Ilyen felületek lehetnek a sajtóközlemények, az állomásoknál kihelyezett információs táblák, a nyílt teszt napok alkalmával hirdetett és szóróanyagokon megjelentetett, illetve a partneri oldalakon feltüntetett megjelenések.

Közösségi média

A főbb közösségi média oldalakon is megjelenünk (Facebook), ahol leginkább a rendszer használatával kapcsolatos információkat közlünk a követőkkel. Ezekon a felületeken könnyen tudunk kommunikálni a felhasználókkal közvetlenül és friss információkat tudunk velük megosztani gyorsan és direktben. Mindemellett PR növelés érdekében is használjuk majd ezeket.

A közösségi oldalakon a márkanévvel indított oldal a kezdő lépés. Fontos már a telepítés kezdő szakaszában ezen felületekre irányítani az érdeklődőket annak érdekében, hogy tőlük visszacsatolást, információkat kapjunk, mellyel a kommunikáció elindítható és fenntartható. A közösségi médiában való megjelenések célja, hogy a hasonló értékeket valló embereknek kapcsolódási pontot biztosítson.

A megjelenítendő bejegyzések között kerékpározási tanácsok és tippek, az állomások aktuális helyzetéről szóló információk és gyakran ismételt kérdések is megjelenhetnek.

II. Szakasz – Belső teszt időszak

Sajtótájékoztató, hírérték generálás

Az építkezés során végig kommunikálni szükséges a sajtó munkatársaival és a leendő felhasználókkal. Az érdeklődés fenntartása, a közbringarendszer köztudatba való építésének fontos eleme. Különböző témákban publikálhatunk cikkeket, ezek közül is a legfontosabbak a rendszer bemutatását szolgáló üzenetek. Mivel a szolgáltatás teljesen új lesz a városban, fontos a megfelelő tájékoztatás és az elegendő információmennyiség folyamatos átadása. A kommunikáció elsősorban az Önkormányzaton és annak tulajdonában lévő médián keresztül történik.

Fórum az érdekelt szervezetekkel

A városban található kerékpáros-, szabadidős-, sport-, közlekedéssel-foglalkozó társaságoknak szeretnénk szakmai fórumot tartani, a közösségi kerékpáros közlekedési rendszerek bemutatásáról és a rendszer használatáról. Olyan stratégiai partnerséget igyekszünk kialakítani ezen szervezetekkel, melynek alapja a kölcsönös együttműködés és támogatás. Tudatosítani kell bennük, hogy az új szolgáltatás nem mint versenytárs alakul meg, hanem egy olyan új terméke a városnak, mellyel elősegítheti a városkép imázsának növekedését és a lakók szemléletformálását.

Tesztnapok szervezése

A projekt népszerűsítéséhez kapcsolódóan egy a sajtó számára is elérhető nyílt napot kell tartani, melyen az elkészült fejlesztést be kell mutatni, olyan módon, hogy a jövőbeni felhasználók számára kézzelfoghatóvá váljon az elérhető új szolgáltatás. A teszt nap során lehetőséget kell biztosítani a határ másik oldalán kiépített (Szőlőske és Zemplén), de ugyanabból a projektből kialakított kerékpárállomások elérhetőségére. A teszt napot a marketing tevékenység során, a kidolgozott marketing stratégia alapján, a közösségi felületeken népszerűsíteni kell.

Információs tábla elhelyezése javasolt a gyűjtőállomások területén

A kerékpárállomások helyszínén tájékoztató tábla segíti a rendszer használatával ismerkedőket az eligazodásban. A táblán megjelennek a kerékpárok használatának utasításai, a rendszer weboldalának címe és az ügyfélszolgálat telefonszáma is feltüntetésre kerül, a bővebb információért, segítség kéréshez vagy hibabejelentéshez. Továbbá feltüntetjük prevencióss jelleggel a kerékpárok biztonságáért bevezetett elemeket, például a nyomkövető rendszert és a kamerával megfigyelést.

III. Szakasz – Nyilvános teszt időszak

Jelentkezz tesztelőnek kampány

A rendszer elindítása előtti tesztidőszakban lehetőséget biztosítunk az érdeklődő felhasználóknak, hogy meghatározott számban (pl. 10 fő) részt vegyenek a nyilvános tesztidőszakban. Ezzel is építhetjük a rendszerhez való kötődést, az azzal való jobb megismerkedést. A nyilvános tesztidőszak fontos eleme a telepítésnek, hiszen nekünk is jó visszacsatolás lehet az érdeklődők különböző élményeinek és véleményének feljegyzése.

Projektet támogató helyi híres emberek

A próbaüzem alatt érdemes olyan újhelyi és környéki híres embereket illetve véleményvezéreket felkérni a tesztelésre, akiknek szívügye a környezetvédelem, illetve tudatos életvitelükkel példát mutatnának a lakosságnak. Amennyiben ezekre a tesztekre nyilvános sajtóeseményt szervezünk, remélhetőleg a média munkatársai részéről is érdeklődést tanúsítanak majd a munkatársak.

Megnyitó

A próbaüzem befejezésével az éles működést indító megnyitó rendezvény szervezése. A nyitó rendezvényt érdemes hétvégi időszakokra és olyan frekvenciát helyszínre szervezni, ahol a bérletváltáshoz az iroda helyszín a közelben található.

A megnyitó rendezvény alkalmával meghívásra kerülnek az önkormányzat képviselői, a kerékpáros és zöld szervezetek érdekeltejei, és természetesen a lakosság körében is meghirdetésre kerül az esemény.

A sajtó közreműködésével beharangozásra kerül a dátum és időpont. Megfontolandó, hogy a megnyitó napjára információs pontokat létesítsünk a bérlési helyszínekre, ahol segítséget és információt kaphatnak az érdeklődők.

IV. Szakasz – Teljes körű üzemeltetés

Személyzet kiváló felkészültsége

A szolgáltatás újdonsága miatt, nagyon fontos, hogy az értékesítési pontokon a személyzet felkészültsége maximális legyen. Nagy hangsúlyt fektetünk a személyzet oktatására. Elengedhetetlen, hogy a betérő érdeklődő kérdéseit teljesen és pontosan megválaszolják a munkatársak.

Nyomtatott kiadványok

A RFID kártyavásárlás helyszínén a Tourinform irodában, értékesítési pontokon nyomtatott kiadványokat helyezünk el a rendszer használatával kapcsolatos fontos információkról és tudnivalókról.

Folyamatos szolgáltatás minőség ellenőrzés, médiafigyelés, hírgenerálás, értékesítés vizsgálat.

A rendszer indulása után is fontos, a folyamatos ellenőrzés és gyakori kapcsolattartás a felhasználókkal.

A szolgáltatás hiba nélküli működésének biztosítása elsődleges feladat az üzemeltető számára.

A média figyelés és hírgenerálás az érdeklődés fenntartása miatt fontos.

A bérletek eladásának számait, és a felhasználók véleményének lekövetését az üzemeltető folyamatosan felügyeli és vizsgálja az optimális kihasználtság elérése miatt.