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

**(Acronym: ”Cross-Bike”)**

**SKHU/1601/2.2.1/360**

# Marketingová stratégia

CROSS-BIKE

E-Bike Sharing Hungary Kft. – 2021.

**Obsah:**

**1. Úvod**

**2. Marketingmix**

**3. Popis projektu**

**4. Komunikačné ciele**
**4.1 Komunikačný plán**

**5. Prvky obrazu**

**6. Segmentácia cieľovej skupiny a komunikácia s nimi**
**6.1 Segmentácia cieľovej skupiny**
**6.2 Fázy komunikácie**

**7. Komunikačný plán**

**Obsah marketingovej stratégie nemusí nevyhnutne odrážať oficiálne stanovisko Európskej únie.**

## *1. Úvod*

V tomto prípade je cieľom vyvinúť novú obchodnú líniu, novú verejnú službu, tj **systém verejnej hromadnej dopravy na elektrický pohon**, (SVHDEP) pre ktorý strategický a marketingový plán poskytuje príležitosť.

Úlohou je „dodať" hodnotu, preniesť ju na trh. V prípade tradičného postupu prenosu hodnoty ponúkame vytvorený produkt, v tomto prípade službu, ľuďom na predaj a použitie. V tomto zmysle tradičný prístup predpokladá, že jasne vieme, čo je potrebné vytvoriť, akú službu treba vytvoriť, a potom používatelia služby stačia na to, aby protislužba priniesla zisk.

Okrem tradičného prístupu marketingový plán ako súčasť procesu plánovania podnikových procesov podporuje myšlienku, že namiesto zdôraznenia tvorby (výroby) a predaja sa zameriavame na úlohy vytvárania hodnoty a prenosu hodnoty ako na sériu úloh. To platí najmä v tomto prípade služby elektrickej cyklistickej verejnej dopravy. Tiež: SVHDEP

Segmentácia, výber cieľového trhu, pozícia sú prvou fázou marketingového plánovania.
Potom po všetkých týchto hodnotových voľbách nasleduje plánovanie súvisiace so sprostredkovaním, počas ktorého je možné určiť špecifiká služby, zaznamenať jednotlivé charakteristiky, ako aj podrobnosti o predajných úlohách, ktoré sú súčasťou procesu sprostredkovania hodnoty a distribučných kanálov.

Hlavným prvkom marketingovej úlohy je samotná komunikácia, ktorá zahŕňa zaznamenávanie úloh týkajúcich sa zamestnancov, stimuly predaja / použitia, reklamu a ďalšie propagačné činnosti, ktoré prispievajú k informovaniu a ovplyvňovaniu trhu.

Celý tento proces navrhovania by sa v mnohých prípadoch mohol nazývať aj obchodné plánovanie a dokonca aj v literatúre spolu súvisia, takže nezáleží na tom, aké meno je v tomto materiáli uvedené. Ide o to, aby ste to urobili vopred.

SVHDEP implementovaný v rámci tohto projektu je marketingovým mixom charakterizovaný ako služba.

V tomto prípade je produktom samotná služba, tj. Ako sa samotná možnosť dodávky, ktorá dopĺňa tradičnú verejnú dopravu, objavuje v cezhraničnom systéme EQS v Sátoraljaújhely, Zemplén a Szőlőske. Preto musia byť zahrnuté špecifiká podrobností služby, charakteristiky bicyklov a zberných staníc, charakteristiky ich používania a používania a požiadavky na kvalitu celého systému služieb.

*2. Marketingmix*

Ďalším dôležitým nástrojom marketingového mixu je cena, čo je množstvo peňazí, ktoré používateľ systému zaplatí. Súčasťou tvorby cien je celková štruktúra tvorby cien, pretože hovoríme o komunitnom cyklovaní rôzneho trvania a vzdialenosti.

SVHDEP môžu využívať iba registrovaní klienti. Registráciu je možné vykonať prostredníctvom online aplikácie alebo predajom miestnej karty RFID. Systém rozlišuje: príležitostnú, poldňovú, celodennú a ročnú registráciu. Miestnu aplikáciu RFID karty môžu používať iba miestni obyvatelia v mieste predaja určenom operátorom.
Možnosti nastavenia softvéru zahŕňajú zľavu, ktorú môžete poskytnúť. Jedná sa o marketingový predmet, zvyčajne 20-30 minút bezplatnej jazdy na bicykli.

Štúdia uskutočniteľnosti a analýza nákladov a výnosov, marketingový plán, rozsah platobných podmienok, kaucia, poistenie a ďalšie témy súvisiace s cenou. Všetky tieto sú zahrnuté v Obchodnom pláne, ktorého podmienky použitia sú stanovené vo Všeobecných zmluvných podmienkach (VOP).

Ďalším dôležitým nástrojom marketingového mixu je umiestnenie staníc, ktoré súvisí s aktivitami, ktoré robia komunitný cyklistický systém ľahko prístupným a použiteľným. Umiestnenie inštalovaných zberných staníc má preto zásadný význam. Ak sú zberné stanice inštalované na potenciálnych miestach, zvyšuje sa hodnota použitia služby.

• Základné podmienky správne fungujúceho fondu SVHDEP, zbernej stanice prístupnej pre každého a inštalovanej na vhodnom mieste. Plánovanie musí brať do úvahy komunálne zariadenia, turistické destinácie, priemyselné zóny, uzly predtým zavedenej dopravnej štruktúry. Odporúčaná hustota stanice je 350-500 m.

• Správny počet dokov spolu so správnym počtom elektrických bicyklov na každej stanici.

• Technický obsah bicykla, primeraná elektrická pomoc, primeraná kapacita batérie.

• Hodnota za peniaze by mala byť najlacnejším dopravným prostriedkom.

Dôležitým faktorom je hustota siete založená na bodoch zberných staníc. Nie je zanedbateľným faktorom, že na každej zbernej stanici je vždy k dispozícii bicykel. Základom toho je úloha operačného systému na pozadí a logistiky a úloha 24-hodinovej dispečerskej služby. Je dôležité vyzdvihnúť vhodnú (bezpečnú a bezbariérovú) cyklistickú cestnú sieť pre zberné stanice v tejto oblasti.

Je to tiež nástroj marketingového mixu na samotnú propagáciu.

Pod týmto pojmom rozumieme činnosti, ktoré je potrebné vykonávať priamo a nepriamo, aby sa zoznámil so systémom a ovplyvnil používanie. Služba musí byť k dispozícii každému samostatne.

Zákaznícky servis a dispečer môžu poskytovať nepretržitú pomoc pri používaní systému. Preto je správna kvalita operácie na pozadí mimoriadne dôležitá.

Hodnotenie služby závisí vo veľkej miere od komunikácie so zamestnancom.

Komunikačné a propagačné úlohy zároveň obsahujú nepretržité informácie
a povzbudzujúce používanie (Facebook a ďalšie mediálne kanály)

Intenzita toho nadobúda na dôležitosti, keď je systém zavedený, ale nemožno ho zanedbávať počas neustálej prevádzky.

3. *Popis projektu:*

Na realizácii projektu sa podieľa Sátoraljaújhely a dve slovenské osady: Zemplén a Szőlőske. Vedúcim partnerom tendra je Sátoraljaújhely.

Elektrický komunitný cyklistický dopravný systém (SVHDEP), ktorý sa má v projekte vyvinúť, je novou službou verejnej dopravy, ktorá zlepší prepojenie regionálnych a mikroregionálnych centier a vnútornú kapacitu pohraničnej oblasti. V implementovanom SVHDEP bolo zriadených 1-1 požičovňa bicyklov na 8 strategických miestach v Sátoraljaújhely, zatiaľ čo v osadách Zemplén a Szőlőske.

Zavedením systému komunitného požičiavania bicyklov s elektrickým pohonom je cieľom vytvoriť efektívnu a ekologickú alternatívu cestovania medzi osadami, rozšíriť rozsah v súčasnosti dostupných dopravných prostriedkov a vytvoriť lepšiu dopravnú štruktúru.

V dôsledku rozvoja systému bude cyklistika ako alternatíva kedykoľvek k dispozícii tým, ktorí cestujú medzi osadami.

Z praktického hľadiska ponúka SVHDEP vynikajúcu príležitosť pre miestne obyvateľstvo, študentov študujúcich v meste, dochádzajúcich za prácou z okolitých osád na dennú prácu, cezhraničných dochádzajúcich za prácou a turistov navštevujúcich turistickú destináciu, aby sa dostali do cieľa. rýchlejšie, jednoduchšie a lacnejšie.

EQF je navrhnutý tak, aby spájal osady, krajiny, domy a pracovné miesta, ako aj atrakcie. Uľahčuje každodennú interoperabilitu sídiel na oboch stranách hranice, generuje ekonomický rozvoj a formuje sociálne vzťahy a uľahčuje komunikáciu. Systém je (neobmedzene) rozšíriteľná sieť vo verejných priestoroch, dostupná pre kohokoľvek, má modelovú hodnotu pre maďarské a slovenské sídla v regióne a je samoobslužná, šetrná k životnému prostrediu a formujúca prístup.

4. Komunikačné ciele

Cieľom oznámenia je upozorniť na výhody a možnosti ekologického, zdravého a inovatívneho cezhraničného dopravného systému, ktorý zapadá do plánov mesta a spája niekoľko sídiel.

4.1 Medzi komunikačnými cieľmi je potrebné podrobne zdôrazniť tieto body:

• Projekt je organicky prepojený s konceptom Smart City, ktorého realizácia je tiež mestskou vôľou.

• Inovatívnosť inteligentných systémov požičovní elektrických bicyklov nesie príťažlivosť moderných technológií a riešení pre udržateľnú budúcnosť v už hmatateľnom zariadení.

• Je dôležité, aby si používatelia bicyklov mohli pri používaní bicyklov zvoliť zdravší spôsob dopravy

• Zlepšenie kvality dopravnej kultúry a zvýšenie bezpečnosti dopravy má zásadný význam. S pomocou elektrického pohonu si môžu radosť z pohybu opäť zamilovať aj tí, ktorí sa už vzdialili od možnosti bicyklovania.

4.2 Všeobecná komunikačná úloha:

Komunikačný obraz projektu musí vo všetkých prvkoch zodpovedať imidžu mesta a na jeho rozvoji sa budú podieľať organizácie zodpovedné za marketing Sátoraljaújhely vo vlastníctve vlastníka projektu.

Všeobecné správy

V komunikácii musíme vo svojich správach formulovať emocionálne aj racionálne argumenty. V posolstvách EQF chceme dosiahnuť súcit a pozitívnu spätnú väzbu od všetkých cieľových skupín, ale kladieme dôraz aj na racionálne argumenty. SVHDEP by mal byť oznámený ako riešenie prostredníctvom týchto bodov:

• mobilita - nový, alternatívny spôsob dopravy

• obývateľné prostredie - zdravé, udržateľné, zelené

• bezpečnosť premávky - dodržiavanie pravidiel cestnej premávky, používanie vyznačených cyklistických trás

• obývateľné mesto - hlukové znečistenie, kvalita ovzdušia
• ekonomika - nákupy, cestovný ruch, revitalizácia obcí

SVHDEP je nový a alternatívny spôsob mestskej dopravy, ktorý na ďalšie rozšírenie ponuky stavia na existujúcich systémoch verejnej dopravy. Existujúce systémy verejnej dopravy: miestna autobusová doprava, vlaková stanica na dochádzanie za turistami a od turistov, súkromná taxislužba. Táto správa je najbežnejšia a najdôležitejšia, ktorú by sme mali všade inzerovať.

Cieľom je, aby ľudia pochopili, že pomocou SVHDEP pomáhajú znižovať znečistenie. Okrem všeobecného použitia je možné znížiť aj vplyv mestskej motorovej dopravy na životné prostredie, čo znamená pre nás všetkých čistejší vzduch.

Povzbudenie obyvateľov a používateľov miest k pohybu je v spoločnom záujme národa. Zachovanie zdravia možno nikdy nedostalo takú úlohu ako dnes. Pretože sú hlavnou príčinou

úmrtí v Maďarsku, pokiaľ ide o vaskulárne a obehové choroby, ktorým je možné najlepšie predchádzať fyzickou aktivitou - v našom prípade pomocou SVHDEP.
To pomôže znížiť výdavky na zdravotnú starostlivosť. Cyklistika je lacnejšia a rýchlejšia ako akékoľvek iné dopravné prostriedky, ak používateľ cestuje v krátkodobom horizonte.

Okrem poskytovania mestských a turistických príležitostí pre mestskú cyklistiku má dodatočný účinok nastavenia systému aj zlepšenie imidžu mesta.
Tento druh rozvoja dopravy pozdvihuje maďarské vidiecke mestá na európsku úroveň. Cieľom systému je zlepšiť dopravnú štruktúru obyvateľov miest a pohraničných osád. Vstavaný systém elektrickej cyklistiky môže byť lákadlom pre turistov, ktorí sem prichádzajú.

V našich správach zdôrazňujeme dôležitosť bezpečnej dopravy. Ľudia si musia byť vedomí toho, že sme počas cestovania zodpovední nielen za seba, ale aj za ostatných.

Veríme, že bude mať pozitívny vplyv na postoje, životný štýl a zdravie užívateľov a známych zo systému cyklistickej komunity.

## 4. *Prvky obrazu*

Keďže SVHDEP bude v meste úplne novou službou, musí mať úplne jedinečný imidž, ktorý bude vyčnievať zo svojho okolia, ale musí tiež zapadať do už vytvoreného mestského obrazu pre atrakcie. Interreg V-Program slovensko-maďarskej spolupráce SKHU / 1601 / 2.2.1 / 360, „Vytvorenie cezhraničného komunitného systému prepravy bicyklov na osadách Sátoraljaújhely, Zemplén a Szőlőske“. vytvára počas tendra na hlavnom námestí mesta turistické informačné miesto, ktoré bude integrovať imidž poskytovateľov služieb cestovného ruchu a mesta, používanie symbolov výslednej jednotnej značky je nevyhnutné pri komunikačnej implementácii systému bicyklov .

Je dôležité, aby bol obraz celého systému jednotný, od cyklo stanice, cez predajné miesto až po webovú stránku.

Koordinácia návrhu staníc, bicyklov a informačných nástrojov je zásadná, pretože sa s nimi stretáva každý deň užívateľ alebo záujemcovia, a preto je najľahšie vybudovať imidžové prvky našej služby vo svojom vedomí.

To vám uľahčí identifikáciu našej služby pri najbližšom stretnutí s ňou. Nástroje systému back-end (vozidlá údržby, čerpacie stanice, zákaznícky servis atď.) By okrem toho mali odrážať rovnaký obraz. Okrem nich musia mať rovnaký obrázok aj iné komunikačné prostriedky (webová stránka, korešpondencia, reklamy atď.).

Obrázok založený na úplne jedinečnej a bežnej schéme však nemusí byť len výhodou kvôli jednoduchšej identifikácii. V prípade krádeže alebo poškodenia je oveľa jednoduchšie hľadať, lokalizovať a identifikovať bicykle a veci.

Propagácia - Propagácia a reklama v Nákupoch

Motivačná politika dáva zákazníkom vedieť, že produkt existuje, prebúdza potrebu a túžbu po službe. Štvrtým prvkom je, že nestačí, že naša služba existuje, bola dokončená a je na trhu, ale musí byť oznámená aj potenciálnym používateľom. Je potrebné ukázať, prečo, aby sme uspokojili potreby, ktoré existujeme, aké výhody a hodnotu má naša činnosť a služba.

Cieľom komunikačného plánu je zavedenie systému verejnej hromadnej dopravy na elektrický pohon a zvýšenie akceptácie zo strany verejnosti. Najprv si musíme vymedziť cieľovú skupinu, s ktorou chceme komunikovať, a keď už k tejto segmentácii dôjde, môže sa začať vývoj cielenej taktiky.

## 5. *Segmentácia cieľovej skupiny a komunikácia s nimi*

Počas komunikácie sa po segmentácii na komunikačnom kanáli určenom pre danú cieľovú skupinu s príslušnou správou hľadajú rôzne cieľové skupiny. V našom komunikačnom pláne sme sa primárne zamerali na oslovenie domácich používateľov, ale je dôležité zdôrazniť, že komunikácia s rôznymi organizáciami, verejnoprospešnými spoločnosťami, tlačou a ďalšími partnermi počas vývoja systému je tiež zásadnou súčasťou začatia úspešnej prevádzky.

### 5.1. Segmentácia cieľovej skupiny

| **Používatelia** | **Ich charakteristika** |
|---|---|
| **Mestské obyvateľstvo** | Sátoraljaújhely, Zemplin, Szőlőske Počet obyvateľov nad 14 rokov |
| Pechota | Obyvatelia, ktorí sú nútení cestovať pešo po meste kvôli nedostatočnej dopravnej infraštruktúre a vybaveniu. |
| Cyklisti | Obyvatelia, ktorí používajú bicykel na dopravu alebo na voľný čas. |
| Používatelia verejnej dopravy | Časť obyvateľstva, ktorá využíva autobusovú sieť na dopravu v rámci mesta. |
| Tí, ktorí cestujú autom | Časť populácie, ktorá vozidlo používa aj na medzimestskú dopravu. |
| **Mladí ľudia a študenti stredných škôl** | Držitelia študentských preukazov starších ako 14 rokov |
| **Aglomerácia** | Obyvatelia žijúci v okolí Sátoraljaújhely, ktorí môžu používať systém kvôli svojim každodenným záležitostiam, chodia do práce alebo do školy |
| **Turisti** | Domáci alebo zahraniční turisti, ktorí sa chcú v rámci mesta dostať viac do vzdialenosti od charakteru svojho výletu. Ich cieľom je tiež navštíviť turistické destinácie. |

### 6.2 Etapy komunikácie

| Čata | Kľúčové správy | Kanál |
|---|---|---|
| **Konštrukcia** | Účel systému, princíp použitia a výhody, implementácia proces, plánované termíny | Moje online rozhrania, generovanie správ pre tlač |
| **Interné testovacie obdobie** | Systém sa priblížil, detaily pracovného toku, registrácia na verejný test | Moje online rozhrania, generovanie správ pre tlač |
| **Verejné testovacie obdobie, propagácia** | Podrobnosti o použití systému, predbežná registrácia sezónnych vstupeniek, pozitívna | Moje online rozhrania, generovanie správ pre tlač |
| **Plná prevádzka** | Podrobnosti o kúpe lízingu, otváranie zľavy, využitie systému údaje, systémové výhody mesta a pre širokú verejnosť | Moje online rozhrania, generovanie správ pre tlač |
| **Rozšírenie** | Informácie o ďalšej výstavbe systému, ďalšie možnosti nákupu na lízing | Moje online rozhrania, online, a offline reklamné príležitosti, generovanie správ pre tlač |

### 6.3 Komunikačný plán

Špecifický komunikačný plán pre SVHDEP je uvedený nižšie.

**I. Sekcia - Stavebníctvo**

Tlačová konferencia o spustení systému

Ohlásenie spustenia (SVHDEP) je prvým komunikačným krokom. Informujte miestne médiá a aktérov tlače a poskytnite presné informácie o povahe, použití a fázach inštalácie systému.

Konzultácie so zainteresovanými organizáciami

Na komunikáciu medzi organizáciami by sa mal od začiatku klásť značný dôraz. Efektívnejšie operácie je možné dosiahnuť zapojením zamestnancov miestnej samosprávy, verejného priestoru, cyklistických organizácií, zelených a organizácií cestovného ruchu. Podpora online a offline vystúpení podporuje dôležitosť spolupráce.

Jedinečný názov značky, špeciálne navrhnuté letáky s logom:
Vytvorenie jedinečného loga súvisiaceho s projektom, ktoré jasne identifikuje projekt na základe dokončeného loga a farieb a kombinuje cezhraničné vzťahy, dôležitosť vzdelávania pre zdravý životný štýl a udržateľnosť v súlade s geografickou polohou. Jedinečné logo musí byť použité počas obdobia implementácie, údržby a prevádzky.

Návrh firemnej identity:

Voľbou názvu značky je možné vytvoriť finálne obrazové prvky po ich prispôsobení mestskému obrazu. Po navrhnutí názvu a loga môže webová stránka a bicykle dostať svoj konečný tvar, ktorý odráža obraz Sátoraljaújhely.

Základné určujúce prvky obrázku:

- zariadenie zbernej stanice, batérie
verejné bicykle, a
- vzhľad webovej stránky.

Webové stránky

Vytvárame online komunikačné rozhrania pre nepretržitú komunikáciu informácií a aktuálnosť informácií. Potrebujete webovú stránku so značkou a generickým názvom domény, ktorá je priateľská k vyhľadávačom (napr. Cross-bike.hu, crossbike) a smerujúcu na hlavnú webovú stránku. Prostredníctvom tejto webovej stránky môžu užívatelia zistiť všetky potrebné informácie. Stránka by mala obsahovať nasledujúce položky hlavnej ponuky:

• popis systému (popis systému, účel a popis jeho funkcií)

• registrácia (predstavenie registračných úradov, registračný proces, predloženie dokumentov potrebných na registráciu)

• používanie (ukážka používania systému požičovne bicyklov, proces vyberania a skladovania bicyklov, ukážka úloh potrebných na začatie jazdy na bicykli)
• cenotvorba (prezentácia možností nákupu na leasing, zoznam príležitostných cien za použitie) užitočné informácie (napr. Čo robiť, ak je stanica plná alebo nie je schopná zložiť bicykel; ak používaný bicykel zlyhá, atď.;)

• kontakt (napr. Zákaznícky servis, call center)

Od začiatku inštalácie, od počiatočného štádia komunikácie, by mala byť dostupnosť internetu inzerovaná do SVHDEP na všetkých platformách, kedykoľvek je to možné. Takýmto rozhraním môžu byť tlačové správy, informačné tabule na staniciach, reklamy v dňoch otvorených testov a na letákoch, ako aj vystúpenia na partnerských stránkach.

Sociálne médiá

Tiež sa objavujeme na hlavných stránkach sociálnych médií (Facebook), kde väčšinou informujeme sledujúcich informácie o používaní systému. Prostredníctvom týchto rozhraní môžeme jednoducho priamo komunikovať s používateľmi a rýchlo a priamo s nimi zdieľať nové informácie. Využijeme ich však aj na zvýšenie PR.

Na webových stránkach sociálnych sietí je úvodným krokom stránka spustená so značkou. Je dôležité nasmerovať záujemcov na tieto rozhrania od úplného začiatku inštalácie, aby od nich získali spätnú väzbu a informácie, pomocou ktorých je možné začať a udržiavať komunikáciu. Vystúpenia na sociálnych sieťach majú poskytnúť kontaktné miesto ľuďom s podobnými hodnotami.

Záznamy, ktoré sa majú zobraziť, môžu zahŕňať tipy a rady pre cyklistov, informácie o aktuálnom umiestnení staníc a často kladené otázky.

## II. Časť - Interné testovacie obdobie

*Tlačová konferencia, generovanie hodnoty správ*

V celej stavbe je potrebné komunikovať s tlačou a potenciálnymi užívateľmi. Udržiavanie záujmu je dôležitým prvkom pri budovaní systému verejných bicyklov do povedomia verejnosti. Môžeme publikovať články na rôzne témy, z ktorých najdôležitejšie sú správy na predstavenie systému. Keďže služba bude v meste úplne nová, je dôležité priebežne poskytovať adekvátne informácie a dostatočné množstvo informácií. Komunikácia prebieha predovšetkým prostredníctvom samosprávy a médií, ktoré vlastní.

*Fórum so zainteresovanými organizáciami*

Radi by sme usporiadali odborné fórum pre cyklistické, rekreačné, športové a dopravné spoločnosti v meste o prezentácii komunitných systémov cyklistickej dopravy a využívaní systému. Našim cieľom je vybudovať strategické partnerstvo s týmito organizáciami na základe vzájomnej spolupráce a podpory. Je potrebné ich upozorniť, že nová služba nevytvára konkurenciu, ale nový produkt mesta, ktorý môže prispieť k vytvoreniu imidžu panorámy mesta a formovať postoje obyvateľov.

*Organizácia testovacích dní*

V súvislosti s propagáciou projektu by sa mal konať deň otvorených dverí, v ktorom by tlač predstavila dokončený vývoj tak, aby sa nová dostupná služba stala hmatateľnou pre budúcich používateľov. Počas testovacieho dňa musí byť možné dosiahnuť stanice bicyklov postavené na druhej strane hranice (Szőlőske a Zemplén), ale postavené z rovnakého projektu. Testovací deň by mal byť propagovaný na sociálnych médiách počas marketingovej aktivity na základe vypracovanej marketingovej stratégie.

*Do priestoru zberných staníc sa odporúča umiestniť informačnú tabuľu*

Informačná tabuľa na mieste staníc pre bicykle pomáha orientovať sa v ovládaní systému. Tabuľa obsahuje aj pokyny na používanie bicyklov, adresu webovej stránky systému a telefónne číslo zákazníckeho servisu, kde nájdete ďalšie informácie, pomoc alebo hlásenie chýb. Okrem toho sú uvedené prvky zavedené pre bezpečnosť bicyklov, ako napríklad systém sledovania a kamerový dohľad.

## III. Časť - Verejné testovacie obdobie

Požiadajte o kampaň testera

V testovacom období pred spustením systému poskytujeme zainteresovaným používateľom možnosť zúčastniť sa určitého počtu (napr. 10 osôb) na verejnom testovacom období. Vďaka tomu si môžeme vybudovať aj pripútanosť k systému, tým lepšie sa s ním zoznámime. Verejné testovacie obdobie je dôležitým prvkom inštalácie, pretože môže byť pre nás aj dobrou spätnou väzbou pri zaznamenávaní rôznych skúseností a názorov záujemcov.

Projekt podporujúci miestne celebrity

Počas skúšobnej prevádzky stojí za to požiadať o test známych ľudí a mienkotvorcov z celého okolia a okolia, ktorých srdcom je chrániť životné prostredie a ísť obyvateľom príkladom svojim vedomým spôsobom života. Ak pre tieto testy zorganizujeme verejnú tlač, dúfajme, že médiá budú zaujímavé aj pre zamestnancov.

Otváranie

Zorganizujte inauguračné podujatie na spustenie živej prevádzky po dokončení skúšobnej prevádzky. Otváraciu akciu sa oplatí zorganizovať na víkendové obdobie a na frekventované miesto, kde sa nachádza kancelárske miesto, kde je možné zmeniť sezónny lístok.
Na otváracie podujatie budú pozvaní zástupcovia samosprávy, zainteresovaných strán cyklistiky a zelených organizácií a samozrejme bude podujatie oznámené medzi obyvateľstvom.
Dátum a čas budú oznámené pomocou tlače. Malo by sa zvážiť zriadenie informačných miest na miestach prenájmu do dňa otvorenia, kde môžu záujemcovia získať pomoc a informácie.

## IV. Časť – Plná prevádzka

Výborné školenie personálu

Vzhľadom na novinku služby je veľmi dôležité, aby bol personál na predajných miestach maximálne pripravený. Veľký dôraz kladieme na školenie zamestnancov. Je nevyhnutné, aby zamestnanci na otázky anketárov odpovedali úplne a presne.

Tlačené publikácie

Na mieste nákupu karty RFID umiestňujeme v kancelárii Tourinform na predajných miestach tlačené publikácie o dôležitých informáciách a znalostiach súvisiacich s používaním systému.

Nepretržitá kontrola kvality služieb, monitorovanie médií, generovanie správ, kontrola predaja.

Aj po spustení systému je dôležité neustále sledovanie a častá komunikácia s používateľmi.

Zaistenie správneho fungovania služby je primárnou úlohou operátora.

Monitorovanie médií a generovanie správ je dôležité pre udržanie záujmu.

Počet predajov sezónnych vstupeniek a sledovanie spätnej väzby od používateľov je operátorom neustále monitorovaný a kontrolovaný, aby sa dosiahlo optimálne využitie.