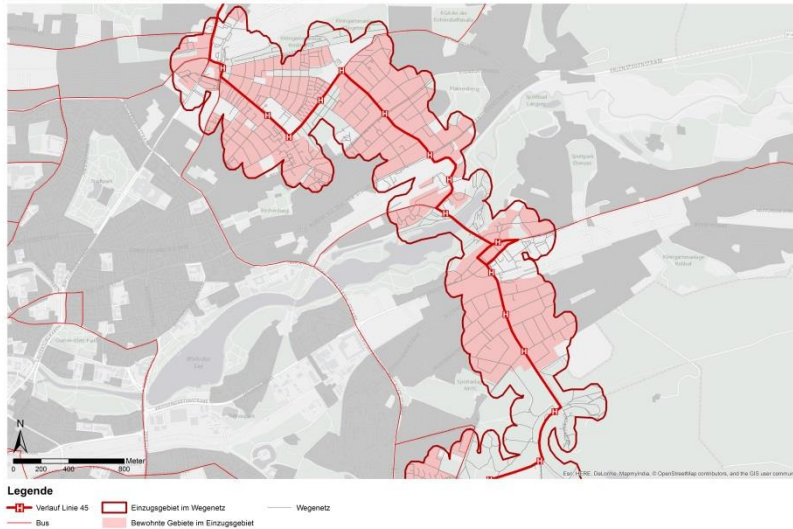


kundig Linienmarketing
Einzugsgebiet ausgewählter Haltestellen im Wegenetz



Das vielseitig einsetzbare Konzept des *kundig*-Dialogmarketing kommt hier im Rahmen einer Angebotsverbesserung durch die Neuausrichtung der VAG-Buslinie 45 zur Anwendung.

Bei diesem Projekt wurden über 14.000 Haushalte persönlich vor Ort angesprochen und zielgruppenspezifisch über das neue Angebot der VAG informiert.

Die Auswahl der Zielpersonen erfolgte mittels einer GIS-Anwendung. Dabei wurden alle Haushalte in die Aktion einbezogen, die sich innerhalb von 400 Metern Fußweg zu einer Haltestelle der Linie 45 befanden. Die GIS-unterstützte Auswahl der Zielpersonen ermöglichte eine sehr fokussierte Kundenansprache, die es erlaubte die Kunden punktgenau zu informieren und zu beraten. Streuverluste konnten so auf ein Minimum reduziert werden.

- Vorbereitende intensive GIS-gestützte Zielgebietsanalyse
- Exakte Definition des Einzugsgebietes mittels GIS
- Personalakquise und -schulung
- Adressaufbereitung mit Datenbankerstellung
- Versand persönlicher Ankündigungsschreiben
- vor-Ort-Kontakt mit individueller Beratung, zugeschnitten auf die entsprechende ÖPNV-Nutzung
- Versorgung mit personalisierten Informationsmaterialien
- Zustellung zusätzlich gewünschter Informationsbroschüren
- Testticketversand an ausgewählte Nutzergruppen mit anschließender Nachbefragung
- Steuerung und Koordination aller Projektkomponenten

Spektrum

kundig-Dialogmarketing

Auftraggeber

VAG Verkehrs-Aktiengesellschaft
Nürnberg

Zeitraum

2016

Projekt

kundig-Dialogmarketing entlang
der Buslinie Linie 45

Leistungen