



Seit 2013 ist *kundig* fester Bestandteil der Marketingmaßnahmen der VAG und hat sich, mit bereits über 200.000 angesprochenen Zielpersonen, im Regelbetrieb bewährt.

Mit den Dialogmarketingaktionen sollen alle Haushalte eines Zielgebietes persönlich vor Ort angesprochen und zielgruppenspezifisch über das Angebot der VAG informiert werden. Abo-Kunden werden mit speziellen Zusatzinformationen sowie hochwertigen Präsenten gesondert kontaktiert. Ausgewählten Nutzergruppen wird ein Schnupperticket angeboten um das ÖPNV-Angebot unverbindlich testen zu können.

Ziel der Serviceaktionen ist es, durch Korrektur etwaiger Fehleinschätzungen Nutzungshemmnisse hinsichtlich des ÖPNVs abzubauen und den Informationsgrad der Kunden bezüglich des Angebots zu erhöhen. Dadurch wird es möglich Neukunden zu gewinnen, die Bindung bestehender Kunden an die VAG zu stärken sowie das Image der VAG langfristig zu steigern.

- Personalakquise und -schulung
- Erstellung einer Projektdatenbank
- Vorbereitende Zielgebietsanalyse sowie u.a. GIS-gestützte Vorher-Nachher-Betrachtungen
- Versand persönlicher Ankündigungsschreiben
- vor-Ort-Kontakt mit individueller Beratung zugeschnitten auf die entsprechende ÖPNV-Nutzung sowie Versorgung mit Informationsmaterialien
- Zusammen- und Zustellung der gewünschten Informationsbroschüren
- Testticketversand an ausgewählte Nutzergruppen mit anschließender Nachbefragung
- Steuerung und Koordination aller Projektkomponenten

Spektrum

kundig-Dialogmarketing

Auftraggeber

VAG Verkehrs-Aktiengesellschaft
Nürnberg

Zeitraum

Kontinuierlich seit 2013

Projekt

kundig-Dialogmarketing
VAG Nürnberg

Leistungen