



Foto: VAG/Claus Felix

Das *kundig*-Dialogmarketing kommt bei diesem Projekt anlässlich einer Systemverbesserung zur Anwendung. Das ÖPNV-Angebot wurde durch die Verlängerung der Trambahnlinie 4 und der damit verbundenen Neuausrichtung des Busnetzes deutlich optimiert.

Insgesamt wurden über 10.000 Haushalte vor Ort angesprochen und zielgruppenspezifisch über das neue Angebot der VAG informiert und persönlich beraten.

Ziel der Serviceaktion ist es, etwaige Fehleinschätzungen zu korrigieren, Nutzungshemmnisse hinsichtlich des ÖPNVs abzubauen und den Informationsgrad der Kunden bezüglich des bestehenden bzw. neuen Angebots zu erhöhen.

Das Besondere an einer solchen begleitenden Dialogmarketingkampagne ist, dass der positive Effekt einer Systemverbesserung deutlich verstärkt wird und die zusätzlich neu generierten ÖPNV-Fahrten nochmals gesteigert werden können.

- Vorbereitende intensive GIS-gestützte Zielgebietsanalyse
- 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

2016/2017

Projekt

kundig-Dialogmarketing
Verlängerung Tramlinie 4
Thon - Am Wegfeld

Leistungen