



**KUOPION SEUDUN
JOUKKOLIIKENTEN
MARKKINOINTIVIESTINTÄ
2017**

Sisällys

1 KUOPION SEUDUN JOUKKOLIIKENTEN MARKKINOINTIVIESTINTÄ.....	2
2 TOIMENPITEITÄ, JOITA VOITAIISIIN TOTEUTTAA	3
3 BUDJETTIJAKOARVIO	4

1 KUOPION SEUDUN JOUKKOLIIKENTEN MARKKINOINTIVIESTITÄ

Markkinointiviestintä on tyypillisesti pitkäjänteistä ja hidasta toimintaa, jonka tulokset näkyvät vasta pitkän ajan kuluttua. Markkinointi on paljon enemmän kuin mainonta ja myynti. Markkinoinnilla on merkitystä joukkoliikenteen kysyntään, vaikutusta asiakasmääriin ja siksi siihen tulee panostaa jatkuvasti. Joukkoliikenteen tulisi mielikuvissa olla jotain muuta kuin julkinen palvelu, jonka ihmisten oletetaan tunnevan ja tarpeen mukaan käyttävän

Joukkoliikenteen markkinoinnin tulee olla jatkuvaa ja sen tehtävänä on tiedottamisen lisäksi luoda joukkoliikenteestä mielikuva houkuttelevana matkustusvaihtoehtona. Joukkoliikenteen markkinointia on tehtävä suoraan potentiaalisille matkustajille kohdennettuna, mutta myös yhteistyökumppaneiden kanssa, joiden tarjoamat palvelut on saavutettavissa joukkoliikenteellä.

Yhteistyötä voi tehdä myös tapahtumajärjestäjien, kauppaliikkeiden ja kulttuuritoimijoiden kanssa.. Halpoja tapoja yleiseen imagon kohottamiseen ovat osallistuminen erilaisiin kulttuuri- ja muihin tapahtumiin, yhteistyö koulujen ja päiväkotien kanssa tai hyväntekeväisyys.

Hyväkään palvelutaso ei aina riitä, vaan uusia asiakkaita voitetaan ja nykyisten asiakasuskollisuutta pystytään lisäämään myös riittävällä markkinoinnilla. Ei riitä, että joukkoliikenteen aikataulu-, reitti- ja matkalipputieto on saatavilla. On luotava myös halu käyttää joukkoliikennettä ja tehtävä palvelusta houkuttelevaa. On kampanjoitava tarpeen mukaan ja oltava jatkuvasti esillä. Joukkoliikenteen tulisi mielikuvissa olla jotain muuta kuin julkinen palvelu, jonka ihmisten oletetaan tunnevan ja tarpeen mukaan käyttävän.

Heikoimmillaan joukkoliikenne leimautuu yleisönosaston keskusteluissa kalliista lipun hinnoista, tarjonnan leikkauksista tai palvelutarjonnan yksityiskohdista sen sijaan, että me itse olisimme aktiivisia toimijoita julkisuuskuvan ja imagon kohottamiseksi.

Kuopion seudun joukkoliikenteen markkinoinnin keskeisenä tavoitteena on joukkoliikenteen käytön lisäys, erityisesti ruuhka-aikojen ulkopuolella. Pitkällä tähtäimellä hyvällä markkinointiviestinnällä luodaan positiivista mielikuvaa ja saavutetaan eniten hyötyä, kun sen painopisteinä ovat palveluista tiedottamista, tuotemarkkinointi sekä toisaalta johonkin ajankohtaiseen teemaan esim. autoton päivä - keskitetty mielikuvamarkkinointi.

Viisaan liikkumisen -hanke tuo toimenpiteitä, joka antaa valtavan lisäarvon ja parantaa joukkoliikennetuotteen kokonaisuutta mm. joukkoliikenteen yhtenäisen ilmeen luomisella ja tehokkaammalla informaatiojärjestelmällä.

Markkinointiviestintään tarvitaan vain yhteistä tahtoa, rohkeutta ja luovuutta.

2 TOIMENPITEITÄ, JOITA VOITAIISIIN TOTEUTTAA. MYÖS UUSIA IDEOITA KERÄTÄÄN

Erlaiset teemapäivät ja tempaukset, osallistavat kampanjat ja olemassa olevat tapahtumat mm. esimerkkiteemoja, joista voisi toteuttaa 4-6 päivää vuodessa. Kulttuuri kulkee bussissa vai paljon positiivista huomiota, myös muissa Waltti-kaupungeissa. Teemapäiviä voisivat olla esim:

- *Ohjelmallinen Waltti-tapahtuma Siilinjärven ja Kuopion torilla. Puuroaamiainen? Joukkoliikenteen ämpäreitä?*
- *Aprillipäivä, äitienpäivä.*
- *Puhallinmusiikin – päivä 12.5. / tähän teemaan on jo suunnitelma.*
- *Taidebussi.*
- *isäinpäiväbussi.*
- *Autoton päivä - voisiko auton vaihtaa Walttiin, voida tilata maksutta Waltti-kortti?*
- *Tasarahataksapäivä.*
- *Tervehtimispäivä/tervehtimisviikko.*
- *Piparilla töihin. Myssypäivä.*
- *Retrobussikierrokset/retrolinja vanhoilla Kuopion Liikenteen ja Jääskeläisen auton museobusseilla.*
- *Tapahtumat busseissa, runokilpailun tuloksia, lasten piirustuksia.*
- *Tieteiden yö 29.9. Tähän teemaan on jo suunnitelma.*
- *Teemapäiviä päiväkeskuksissa ja vanhusten taloissa. Miten käyttäytyä bussissa -kampanja.*
- *Ota lomapäivä autosta – kampanja.*
- *Elonkorjuu-juhlat, opiskelijatapahtumat. Kumppanuuksia mukaan esim. Liikenneturva, Poliisi, tapahtumat.*

Waltti Pop Up-päivät ympäri aluetta koko vuoden.

Toteutettu v.2017 viisi myyntipäivää. Päivä helppo toteuttaa erillisenä tai jonkun tapahtuman tai kohteen kanssa.

Opiskelijayhteistyö ja heidän tapahtumansa.

Amazing Race. Osallistetaan ja ideoidaan yhdessä opiskelijajärjestöjen kanssa (Savotta, ISYY, Kureo). Kouluilla tapahtuvat tempaukset.

Haastatteluja ja videoita,

itse käsikirjoitettuja ja tuotettuja tai kilpailujen/haasteiden kautta toteutettuja, joita jaetaan: käyttäjät, liikennöitsijät. Esim. Opiskelijan joukkoliikennepäivä –video, kuljettajan videohaastattelu yms.

Facebook-kampanjat, jolla saataisiin sivutykkääjiä ja seuraajia -> jatkossa tiedotusta paremmaksi.

Osallistavia päivityksiä. Joulun joulukuusi-tykkäyskisalla tavoitettiin 37 700 henkilöä, 253 henkilöä jatkoi päivityksen ja 1154 henkilöä tykkäsi päivityksestä. Kampanja maksoi vain meille neljän elokuvallipun verran.

Hyvinvointiin, kulttuuriin ja urheiluun liittyvät teemat ja mukana olo. Paikalliset tapahtumat. Lapset ja nuoret osallisiksi, myös iäkkäille suunnattua viestiä.

Alueen laavupaikat paikallisliikenteellä.

Kalpa-yhteistyö; Kalpan pelipaidassa maksutta bussiin, Waltti-kortilla alennusta peliin?

Welhot, Pallokissat. Päiväkoti ja koulu-yhteistyö. Yhteistyö keskustan tai muiden linjaston piirissä olevien kauppaliikkeiden kanssa.

Teemapäiviä päiväkeskuksissa ja vanhusten taloissa.

Uudet lipputuotteet

Uusien lipputuotteiden tehokas markkinointi. Liikkuminen palveluna (MaaS), uudet maksutavat, app-sovellukset.

Mediayhteistyö

Esim. Paikallisradiossa Waltti-arpajaispalkintoja, esim. Waltti-visa jne. Jatkuvaa tiedottamista joukkoliikenteen asioista niin, että olemme säännölliseen näkyvillä mediassa positiivisessa sävyssä.

Asiakasraati? Nuorisoraati? Tämä vaatii kunnon suunnitelman, ketä ryhmässä on, mikä ryhmän fokus on?

Jyväskylässä toimii hyvin esimerkkinä. Siellä on n. 30 hengen ryhmä alueelta. Kokooneminen 4 krt. vuodessa eri joukkoliikenneteeman ympärille.

Nettisivut

Viisaan liikkumisen –hankkeen aikana toteutetaan nettisivu-uudistus. Asiakastietoa yhteen helppoon ja nopeasti avattavaan osoitteeseen. Näkökulmaksi linkitykseen ja viestintään uusi asiakas ja mittariksi helppous; esim. monenko klikkauksen päässä on uuden asiakkaan tarvitsema informaatio.

3 BUDJETTIJAKOARVIO €

Painatukset, markkinointimateriaalit	3500 €
Ilmoitukset, lehtimainonta	3500 €
Jakotavara (esim heijastimia, karkkeja, ilmapalloja yms.), palkinnot.	6000 €
Markkinointiyhteistyö, mainostoimisto suunnittelutyö,	4500 €
Sosiaalinen media, kisat, visat	2500 €
Tapahtumapäivät/tempaukset/tapahtumayhteistyö	14 000 €
Opiskelijayhteistyö (opiskelijahässäkät yms.)	2500 €
Muu varaus	3500 €
	<hr/>
	39 500 €

Budjetti on arvio, joka voi muuttua matkan varrella riippuen toteutettavasta toimenpiteistä.