

## Samenvatting marketingplan 2024

Transdev/Connexxion Gooi en Vechtstreek, Haarlem-IJmond en Noord-Holland Noord.

Het marketingplan 2024 heeft als doel om de reizigersopbrengsten te laten stijgen volgens scenario 2 in de prognose van het herstel van regionale ov en het aantal unieke reizigers te laten groeien. Dat betekent een herstel van het gemiddelde aantal reizigers van ruim 90% in de drie concessies (ten opzichte van 2019).

Om in 2024 weer meer mensen naar het ov te verleiden, en de reizigersopbrengsten naar het verloop van scenario 2 te verhogen, blijven we ons verdiepen in de reiziger. We hebben ons in 2023 gericht op de verschillende doelgroepen en hun behoeften. Deze strategie zetten we door in 2024. We gebruiken het inzicht in behoeften om de niet-reiziger en incidentele reizigers verleiden tot een probeeraanbod. Vervolgens kunnen we, door hen beter te leren kennen in ons CRM-systeem, inspelen op hun reisbehoeften en zorgen voor passend voordeel. We zien dat het succes van een campagne stijgt wanneer we deze herhalen. Daarom kiezen we voor een aantal grootschalige campagnes die reizigers herkennen. Hierin zal ook de landelijke samenwerking (binnen het Transdev) gezocht worden. Binnen deze campagnes wordt de boodschap per doelgroep iets aangepast zodat deze wel blijft inspelen op de behoefte bij de doelgroep. Ook zullen er per doelgroep of gebied specifiek campagnes gemaakt worden wanneer dit een specifieke situatie of propositie behelst. De globale aanpak van het marketingplan bestaat dan ook uit de volgende 3 stappen:

1. Behoeften van reizigers koppelen aan ons aanbod
  - Kansrijken en twijfelaars over de streep trekken door in te spelen op de levende mobiliteitsbehoefte. De behoeften en het aanbod uit figuur 1 spelen hierin een grote rol.
2. Door het CRM-tool (customer relation management), de Transdev app en 'mijn omgeving' mogelijkheid gaan we klanten benaderen volgens klantwaardenketen
  - Van incidentele reiziger tot reguliere reiziger
3. Focus op consistentie en herhaling van succesvolle campagnes
  - Hoe vaker een campagne gedaan wordt, hoe groter het succes

Reizigersbehoefte	Aanbod Transdev/Connexxion
Gemak	Staffelkorting / EMV betalen / Transdev app/goede informatie voorziening
Prijs	Staffelkorting/prijsacties herhalen
Rechtstreekse bussen	Lijn campagnes op directe (R-net) lijnen
Duurzaamheid	Imago campagne om de associatie van OV met duurzaamheid te vergroten
Het weer	Gebruikmaken van weer media

Figuur 1.

Hieronder volgt een korte toelichting en een aantal voorbeelden van campagnes die in 2024 ingezet zullen worden. Deze volgen op de bovengenoemde aanpak.

### Goede informatievoorziening

Een randvoorwaarde voor een fijne reisbeleving is goede informatievoorziening. Dat is waar het allemaal mee begint. Ook in de klantwaardenketen begint het hiermee: Mensen moeten goed op de hoogte zijn van het aanbod. Daarom werken we in 2024 aan het onderhouden en verbeteren van de reisinformatie in alle drie de concessies. Zowel de reisinformatie op de haltes en knooppunten als online in de reisplanners online in de app en op de websites.

### Imagocampagnes

In de loop van het jaar voeren we in de concessies diverse imagocampagnes uit, van feestdagenspecials, busverhalen, 'de bus brengt beweging' tot aan een campagne voor de Zero Emissie-vloot. Campagnes die niet direct gericht zijn op het vergroten van de reizigersaantallen, maar daar indirect aan bijdragen door het imago van het ov te verbeteren.

### *Duurzaamheid*

Een belangrijke insteek op het gebied van imago is duurzaamheid. Afgelopen jaren is door Transdev fors geïnvesteerd in de transitie naar een emissievrij OV-systeem (Zero Emissie). De Noord-Hollandse concessies behoren daardoor tot de koplopers van Nederland, als het gaat om het aandeel Zero Emissie materieel. De ov-concessie Gooi en Vechtstreek is binnenkort zelfs volledig Zero Emissie met de inzet van een vloot elektrische bussen.

### Tarieven en prijsacties

In de afgelopen periode zijn er vanuit de Rijksoverheid financiële middelen ter beschikking gesteld om te voorkomen dat de voorgenomen indexatie (11,72%) van de consumentenprijzen in het openbaar vervoer wordt doorgevoerd. Daarmee zullen voor de reizigers geen tariefverhogingen worden doorgevoerd in 2024. Daarnaast zullen we om reizigers terug te winnen een aantal grotere bekende prijsacties voeren in 2024. Hieronder een tweetal voorbeelden van prijsacties die gepland staan voor 2024:

#### *Actie dagkaart € 5,75*

In 2023 hebben we meerdere keren de actie voor een dagkaart voor € 5,75 herhaald. Om voort te bouwen op het succes en de bekendheid van deze campagne, zetten we dit door in 2024. Zo bieden we reizigers een mooi aanbod om voordeliger te reizen. Hiervoor benaderen we ook alle reizigers die in de voorgaande keren dit ticket bestelden omdat we weten dat dit een actie is die hen aanspreekt.

#### *Vervolgactie 2 voor de prijs van 1*

In 2024 introduceren we een nieuwe prijsactie om de vijfde stap in de klantwaardenketen te promoten: het samen reizen. Dit doen we door middel van een twee voor de prijs van één propositie. Een reiziger die ons al kent, kan iemand gratis mee laten reizen. Iemand met een persoonlijk account in de Transdev app of een reiziger die gebruik heeft gemaakt van de Dagkaart campagne krijgt een mailing om een dagkaart voor twee personen voor € 5,75 aan te vragen.

#### *Kidskaartje gratis voor reizigers*

Vanaf 23 december 2023 reizen ook de kinderen in Noord-Holland Noord en Haarlem-IJmond gratis. Er is een afspraak gemaakt met de Provincie Noord-Holland dat kinderen tot en met het einde van beide concessies gratis kunnen reizen. Door deze subsidie van PNH kunnen we gezinnen tegemoet komen en kunnen de kinderen gratis reizen onder begeleiding van een volwassene. We grijpen dit moment aan om hier een grootschalige campagne voor te voeren om mensen hierover te informeren en enthousiasmeren. Tijdens de start van 'kinderen gratis' voeren we de campagne in Noord-Holland Noord en Haarlem-IJmond. De campagne zullen we vervolgens voor, tijdens en na iedere schoolvakantie herhalen. Tijdens deze herhalingen in de vakanties, wordt ook de concessie Gooi en Vechtstreek meegenomen omdat kinderen daar al gratis reizen.

### EMV betalen – producten en tarievenhuis

De mogelijkheden voor het EMV betalen groeien enorm in 2024. Met aantrekkelijke en gemakkelijke proposities voor de betaalpas willen we de migratie naar de betaalpas bevorderen.

#### *Transdev Voordeel*

Momenteel kan er met de betaalpas betaald worden wanneer mensen op saldo vol tarief willen reizen. In januari 2024 zetten we de nieuwe Transdev Voordeel Propositie in in Gooi & Vechtstreek. Dit is een gratis product dat een reiziger 'aan' kan zetten door een account aan te maken, de betaalpas te koppelen en te kiezen voor Transdev Voordeel. De reiziger betaalt niets, maar krijgt automatisch korting vanaf een bepaald bedrag. In januari voeren we hier grootschalige campagne voor in de concessie Gooi en Vechtstreek. Wanneer mogelijk, willen we deze propositie ook in andere gebieden uitrollen.

#### *Leeftijdskorting*

Naar verwachting kunnen we aan het begin van het tweede kwartaal in 2024 de leeftijdskorting introduceren op de betaalpas; hiervoor zijn we wel afhankelijk van de landelijke ontwikkelingen. Zodra dit het geval is, wordt hier een soortgelijke campagne als voor Transdev Voordeel aan gewijd. We

houden hierbij rekening met de afgegeven planning volgens Translink. Om deze doelgroep te begeleiden in het overstappen naar de betaalpas, zullen we in het voorjaar van 2024 weer reisloketten organiseren waar ouderen met hun vragen over reizen in het ov kunnen komen en wij kunnen helpen met het aanmaken van een account.

Met een toenemend gebruik van de betaalpas in het OV (in- en uitchecken) zullen diverse vervoerbewijzen die nu nog bij de chauffeur te koop zijn en die met een betaalpas worden betaald, snel aan populariteit inboeten; we verwachten dan ook de verkoop van een aantal van deze vervoerbewijzen in de loop van 2024 te kunnen beëindigen.

### Forenzen

#### *Lijncampagnes forenzen*

We weten dat reizigers directe lijnen tussen gemeenten (voornamelijk R-netlijnen) als serieus alternatief zien voor de auto. Gemak speelt een grote rol voor forenzen die met de auto naar hun werk gaan. Daarom willen we in 2024 een campagne voeren op plekken waar het OV een serieuze concurrentie is voor de auto op het gebied van gemak. Uit het behoeftenonderzoek blijkt dat automobilisten die wel open staan voor het openbaar vervoer, vooral getriggerd worden door een directe gemakkelijke verbinding en parkeerkosten. We realiseren ons dat het een lastige groep is om te benaderen. Daarom spelen we in op bovengenoemde triggers die voor hen spelen en maken we er een grote offline actie van om automobilisten op specifieke trajecten te verleiden naar het OV. We benaderen hen op het moment dat zij de auto gebruiken (busbestickering R-net,abri's, reverse graffiti). Focus op de trajecten waar meer gemak, minder file en geen parkeerkosten zijn voor autoreizigers op dat traject. Gericht op de automobilist die wel open staat naar het OV. Gekoppeld aan R-net verbindingen

#### *Werkgevers*

In 2023 hebben we contact gelegd met een aantal werkgevers om vanuit deze hoek werknemers te stimuleren het ov te nemen. Deze samenwerkingen vergen soms een lange adem, maar hebben wel het gewenste effect. Daarom blijven we dit in 2024 doen. Zo kunnen we indirect werknemers stimuleren de reis naar hun werk met het ov te maken. We richten ons hierbij op de plekken waar veel werkgevers bij elkaar gevestigd zijn, die direct op onze lijnen aansluiten.