



OV-marketing die echt effect heeft bij de doelgroep

LIFESTYLEMARKETING: VOOR MEER GEBRUIK VAN OPENBAAR VERVOER

Hoe krijgen we meer mensen in het openbaar vervoer? In veel marketingacties staat het OV-product centraal. Omdat klantgroepen sterk verschillen in drijfveren en wensen komt veel marketingcommunicatie niet aan. Awareness en Motivaction weten hoe u uw doelgroep in beweging kan brengen.

DRIJFVEREN VAN CONSUMENT BEPALEN DRAAGVLAK VOOR OPENBAAR VERVOER

Om doelgroepen tot klanten te maken wilt u weten wat hen echt beweegt. Waarom en wanneer kiezen ze voor het OV? En waarom niet? In welke situatie maken ze welke afweging? En waar zijn die op gebaseerd? Vervoerskeuzes van consumenten hangen samen met waarden die zij belangrijk vinden. Inzicht daarin helpt u om hen te bereiken en te verleiden. Met concrete, publieksgerichte acties en communicatie die echt effect heeft.

AWARENESS EN MOTIVATION: BUNDELING VAN EXPERTISE

Een effectieve marketingstrategie neemt de klant als vertrekpunt. De kennis en expertise van Awareness en Motivaction zetten u daarvoor op het juiste spoor. Awareness is sterk in strategieontwikkeling voor marketingcommunicatie en het opstellen van concrete actieplannen voor reizigersgroei. Motivaction biedt onderbouwde inzichten in de kernwaarden van consumenten en hoe die hun mobiliteitskeuzes beïnvloeden. De combinatie geeft een krachtige impuls aan uw marketing. Onze aanpak neemt wat uw klanten werkelijk drijft als uitgangspunt en vertaalt dat naar acties die de doelgroep aanspreken op de eigen motieven.

AAN DE SLAG IN HELDERE STAPPEN

Awareness en Motivaction helpen u uw marketingopgave effectief in te vullen. Samen met u inventariseren we uw wensen en werken we in drie heldere stappen een plan van aanpak uit.

- **Analyse:**
Wat wilt u in de markt bereiken en welk OV-aanbod hebt u daarvoor ontwikkeld? Welke doelgroepen zijn ontvankelijk voor uw OV-aanbod? Weet u alles om uw product optimaal in de markt te zetten?
- **Advies:**
Waar vindt u de voor uw propositie kansrijke doelgroepen en hoe bereikt u hen met uw OV-product? Waarop zijn zij aan te spreken en hoe kunt u hen met marketingcommunicatie overtuigen? Welke productaanpassing maken uw OV-aanbod voor hen nog aantrekkelijker?
- **Actie:**
Hoe richt u een effectief actieprogramma in? Een concrete uitwerking van het advies in een marketing- of publiekscampagne, die nauw aansluit bij de belevingswereld en de wensen van kansrijke doelgroepen.

WAT LEVERT HET U OP?

Het resultaat is een betere match tussen de OV-gebruiker en uw OV-aanbod. U kent uw klant beter. U positioneert uw aanbod nauwkeurig op wat de klant zelf wil. U communiceert aansprekend en overtuigend. Daarmee verwerft u een uitstekende uitgangspositie voor meer OV-gebruik en omzetgroei. Of voor een evenwichtige spreiding in OV-gebruik op bepaalde tijdstippen, trajecten en abonnementsvormen. Daarmee scheidt u de ideale omstandigheden voor meer reizigers in het openbaar vervoer. Uw openbaar vervoer.

INFORMATIE EN CONTRACTPERSONEN

Voor informatie en referentieprojecten kunt u contact opnemen met:

Awareness: Jan Eikema, 070 789 04 22
jei@awareness.nl

Motivaction: Peter Jobsen, 020 589 83 83
p.jobsen@motivaction.nl

