

Aan Connexion Openbaar Vervoer
t.a.v. dhr R Hijman
Postbus 224
1200 AE HILVERSUM

Alkmaar, 2 december 2019

Geachte heer Hijman,

We ontvingen van u het marketingcommunicatieplan 2020 ter advisering. U hebt in de drie gebiedskamers een toelichting op het plan gegeven en vragen beantwoord. We danken u voor de bereidwilligheid om het plan toe te lichten en er over met ons te discussiëren.

De werkgroep Marketing heeft aan de hand van de resultaten van de bijeenkomsten in de drie gebiedskamers het onderstaande advies opgesteld. Bij het advies hebben we ook het advies betrokken dat we vorig jaar uitbrachten. Het valt op dat een aantal onderdelen van dat advies dit jaar herhaald kan worden.

Ook de positieve indruk die wij vorig jaar hadden, willen we hierbij herhalen. Bij veel campagnes is een duidelijke evaluatie gegeven. Wel valt op dat vaak als criterium gebruikt wordt het aantal malen doorklikken op de site, terwijl het misschien belangrijker is dat het aantal reizigers toeneemt. Dat laatste is evenwel niet altijd gemakkelijk te bepalen.

Nog steeds maken wij ons zorgen over het bereiken van de doelgroep van de campagnes. Niet alleen sociale media zijn daarin belangrijk. De meeste leden van het Rocov-NH maakten pas kennis met bepaalde campagnes door een mail vanuit ons secretariaat, niet door berichten en advertenties in kranten en in bladen van bijvoorbeeld seniorenbonden. We adviseren u om meer werk te maken van regelmatige aandacht in dit soort bladen voor het OV en voor de campagnes. Met name denken we daarbij aan de seniorenkaarten, de kidstickets en aan tijdelijke acties.

Het initiatief om een OV-loket te openen in bijvoorbeeld het Alkmaarse NW-ziekenhuis juichen we toe. We zijn blij te vernemen dat nu ook voor bezoekers een actie wordt opgezet. Bij dat loket denken we aan een iets meer permanente actie dan een voorlichtingsbijeenkomst. Een vertrekstaat in de hal met folders die goede informatie geven (prijzen, lijnen, dienstregeling) lijkt ons niet alleen bij ziekenhuizen maar ook bij verzorgingstehuizen een belangrijk doel.

We constateren dat af te drukken halte informatie en een handzame dienstregeling nog steeds niet beschikbaar zijn. We adviseren om handzame papieren dienstregeling informatie véél meer als marketing instrument in te zetten. Met handzaam bedoelen we hierbij hooguit één gevouwen blad A4 per lijn.

We vragen ons af of sommige tijdelijke acties beter omgezet kunnen worden naar permanente campagnes. Bij het “Avondje uit” adviseren we om meer de nadruk te leggen op een beperkt aantal gebieden waar de actie kennelijk aanslaat (meestal langs de route van buslijnen die tot 's avonds laat een kwartierdienst hebben) maar wel het hele jaar, zodat de actie beter bekend en gebruikt wordt.

Bij veel campagnes vraagt u aan de reiziger veel gegevens zoals geboortedatum en adres. We adviseren alleen die gegevens te vragen die relevant zijn voor het meedoen aan een bepaalde campagne. Zo is een geboortjaar alleen relevant als iemand informatie wil voor een leeftijdsgebonden aanbod. En is adresinformatie relevant bij de verhuiscampagne. Het altijd en overal verplicht in laten vullen van niet relevante gegevens is volgens ons niet wenselijk.

We adviseren om chauffeurs (en ook inhuurchauffeurs) beter te informeren over voor de reiziger voordelige kaartsoorten, zoals senioren dagkaart, familiekaart en kidsticket. Niet alleen dienen deze kaartsoorten bekend te zijn bij de chauffeur, maar deze moet ook ongevraagd de reiziger op deze kaartsoorten te attenderen. Klantvriendelijk gedrag loont uiteindelijk altijd.

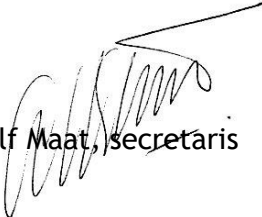
Wij herhalen hierbij onze eerdere pleidooi voor de geldigheid en verkrijgbaarheid van het Haarlems stadskartje in de bussen van de AML-concessie op trajecten die geheel binnen Haarlem liggen. Hiervoor is overleg nodig met de AML-concessie en met de provincie.

Verder herhalen we ons advies om een aparte kaartsoort te ontwikkelen speciaal voor cruiseboot reizigers die met de bus naar en in Amsterdam willen reizen. Geldigheid bij Connexion en het GVB is dan voldoende zodat de prijs van deze kaartsoort lager kan zijn dan voor het A&RT kaartje.

Ook herhalen we het advies voor een kaartje uitsluitend voor bezoekers van de strandfeesten te Bloemendaal aan Zee. Dat zou geldig moeten zijn voor de heenreis vanaf Haarlem en terugreis naar Zandvoort. De prijs dient duidelijk lager te zijn dan losse kaartjes zodat geen kaarttransacties meer nodig zijn op de bus naar Zandvoort.

Tenslotte wijzen we u er op dat u de beschikking hebt over een groot oppervlak voor reclame uitingen. U kunt de zijkant van enkele bussen gebruiken voor acties en campagnes. Dat bereikt zeer veel potentiële reizigers die nog niet in de bus zitten en dus niet de schermen in de bus lezen.

Met vriendelijke groet,
Namens het Rocov-NH


Ludolf Maat, secretaris

cc: provincie Noord-Holland, mw E. Ypma, dhr R. Verkaik
cc: Connexion, mw L. Steur, mw S. Zethof