

AD PERSONAM – ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΞΑΤΟΜΙΚΕΥΜΕΝΟΥ MARKETING ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ
ΧΡΗΣΗΣ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ

Το πρόγραμμα σχετίζεται με την προώθηση της χρήσης Μέσων Μαζικής Μεταφοράς σε πόλεις μεσαίου μεγέθους πληθυσμού.

Έχει παρατηρηθεί ότι σε αυτού του μεγέθους της πόλεις στην Ευρωπαϊκή Ένωση, παρουσιάζεται μια σειρά κοινών προβλημάτων στο κομμάτι αυτό και τα οποία σχετίζονται με:

- Τα μικρά επίπεδα χρήσης MMM εντός της πόλης σε σχέση με τις καθημερινές ανάγκες μετακίνησης των κατοίκων
- Τα οξυμμένα φαινόμενα κυκλοφοριακού φόρτου εντός των πόλεων με ώρες αιχμής τις ώρες προσέλευσης και αποχώρησης από την εργασία
- Την επιβάρυνση του περιβάλλοντος από τις αυξημένες εκπομπές καυσαερίων
- Τα χαμηλά επίπεδα χρήσης MMM από τους πολίτες , αλλά και τα χαμηλά επίπεδα γνώσης των δρομολογίων και διαδρομών που ακολουθούν εντός της πόλης.
- Το χαμηλό ενδιαφέρον χρήσης MMM από τους πολίτες σε σχέση με τη χρήση ΙΧ για τις μετακινήσεις εντός της πόλης (συντριπτικά αυξημένη χρήση ΙΧ σε ενάντια στη χρήση MMM με συνέπεια την έλλειψη χώρων στάθμευσης για μετακινήσεις σε πολύ μικρές αποστάσεις).
- Σημαντική επίδραση στις τοπικές κοινωνίες από την εφαρμογή διαφημιστικής καμπάνιας από τοπικά μέσα, χρησιμοποιώντας παραδοσιακού χαρακτήρα πρακτικές και εργαλεία διαφήμισης
- Δυσπιστία από πλευράς των πολιτών η οποία σχετίζεται με καθυστερήσεις, αργοπορία στην μετάβαση στον προορισμό, την ανεπαρκή κάλυψη περιοχών με τακτικά δρομολόγια, και η οποία πηγάζει από πραγματικές ή «υποτιθέμενες» ελλείψεις των εταιριών MM στις πόλεις αυτές.
- Αυξημένη χρήση MMM από ομάδες πολιτών οι οποίες δεν έχουν τη δυνατότητα χρήσης Ι.Χ. για τις μετακινήσεις τους (π.χ. φοιτητές, συνταξιούχοι κλπ).

Όλα αυτά τα χαρακτηριστικά εμφανίζονται και στην πόλη του Ηρακλείου, με αποτέλεσμα την υποβάθμιση της ποιότητας παρεχομένων υπηρεσιών από πλευράς Μέσων Μαζικής Μεταφοράς, και την πολύ συχνή χρήση των ΙΧ για μετακινήσεις πολύ μικρής απόστασης και εντός του κέντρου της πόλης.

Έτσι, το βασικό πρόβλημα το οποίο επιδιώκεται να επιλυθεί μέσω του προγράμματος AD PERSONAM, είναι ο χαμηλός αριθμός των πολιτών οι οποίοι σε καθημερινή βάση χρησιμοποιούν τα ΜΜΜ για μετακινήσεις εντός της πόλης, οι οποίες ενέχουν περιοδικό χαρακτήρα (π.χ. μετάβαση στους χώρους εργασίας).

Οι βασικοί στόχοι του προγράμματος είναι:

- η μείωση του κυκλοφοριακού προβλήματος εντός των (μικρού – μεσαίου) μεγέθους πόλεων σε ένα μεσο-μακροπρόθεσμο χρονικό ορίζοντα
- Η προώθηση της χρήσης οδηγών μετακίνησης εντός της πόλης με ΜΜΜ ως ένα βασικό «εργαλείο» μετακίνησης των πολιτών σε μακροπρόθεσμο χρονικό ορίζοντα

Προσδιορίζονται ως ομάδες στόχου άτομα τα οποία διαθέτουν τα παρακάτω χαρακτηριστικά:

- Είναι απασχολούμενοι εντός της πόλης του Ηρακλείου
- Δεν χρησιμοποιούν Μέσα μαζικής μεταφοράς για τις καθημερινές τους μετακινήσεις εντός της πόλης (χρησιμοποιούν Ι.Χ.)
- Ζουν και εργάζονται εντός της πόλης
- Η κατοικία και ο τόπος εργασίας είναι εντός της πόλης, και δεν απαιτούνται αλλαγές μέσων για τη μετάβαση από το ένα σημείο στο άλλο και αντίθετα.
- Ο τόπος διαμονής δεν απέχει πάνω από 300μ. Από την κοντινότερη στάση λεωφορείου

Η βασική φιλοσοφία του προγράμματος είναι η δημιουργία μιας εξατομικευμένου χαρακτήρα στρατηγικής για την προώθηση της χρήσης MMM, μέσω της καταγραφής των καθημερινών αναγκών και συνηθειών των ατόμων τα οποία προσδιορίζονται ως ομάδα στόχος, ενώ μετέπειτα δημιουργείται μια εξατομικευμένου χαρακτήρα επικοινωνία σε σχέση με τα επίπεδα ικανοποίησης από τη χρήση των MMM στο πλαίσιο του προγράμματος.

Έτσι τα βασικά βήματα του προγράμματος είναι:

- ο προσδιορισμός του target group ώστε το πρόγραμμα να αποκτήσει βιώσιμα χαρακτηριστικά (π.χ. Εντός της επόμενης τριετίας να αυξηθεί ο αριθμός των επιβατών και αντίθετα να μειωθεί ο αριθμός των ΙΧ)
- η δημιουργία διαφημιστικής καμπάνιας για το πρόγραμμα και την έρευνα
- έρευνα (δείγμα 60.000 κάτοικοι) στην οποία θα παρουσιάζεται το πρόγραμμα και ο πολίτης θα έχει τη δυνατότητα να απαντήσει σε σειρά ερωτήσεων οι οποίες σχετίζονται με την αποτύπωση των καθημερινών του μετακινήσεων εντός της πόλης. Έμφαση δίδεται στα άτομα τα οποία μετακινούνται εντός της πόλης, για να πάνε στην εργασία τους.
- Επεξεργασία αποτελεσμάτων και εξαγωγή δείγματος 1000 ατόμων στα οποία θα πραγματοποιηθεί δευτερογενής έρευνα σχετικά με την αλλαγή του τρόπου μετακίνησης τους.
- Για τα άτομα αυτά, θα παραχθεί ειδικός εξατομικευμένου χαρακτήρα οδηγός μετακινήσεων ο οποίος και θα τους αποσταλεί ώστε να γνωρίζουν σύμφωνα με τα ωράρια καθημερινών τους μετακινήσεων τις δυνατότητες χρήσης MMM, σύμφωνα με το καθημερινό πρόγραμμα που οι ίδιοι ακολουθούν.
- Κατά τη διάρκεια της χρήσης του εξατομικευμένου οδηγού μετακίνησης από τους πολίτες θα πραγματοποιείται έρευνα ικανοποίησης ώστε να αποτυπωθούν τα επίπεδα χρήσης των οδηγών από τους χρήστες, ενώ θα δωθούν μετέπειτα και κάρτες δωρεάν μετακινήσεων σε επιλεγμένο δείγμα αυτών.

- Τέλος τον Σεπτέμβριο 2009 θα πραγματοποιηθεί πανευρωπαϊκή καμπάνια για τη δωρεάν μετακίνηση με MMM σε όλες τις 7 πόλεις που συμμετέχουν στο πρόγραμμα, ενώ στη συνέχεια θα αποσταλούν κάρτες είτε δωρεάν μετακίνησης είτε προπληρωμένων διαδρομών με έκπτωση 50%.

Σε κάθε περίπτωση τα οφέλη των συνεργαζόμενων φορέων στην συγκεκριμένη χρονική περίοδο είναι πολλαπλά:

- Για το Δήμο Ηρακλείου δίδεται μια πρώτης τάξεως ευκαιρία ώστε να σχεδιάσει και δημιουργήσει μια ολοκληρωμένη στρατηγική για την προώθηση της χρήσης Μέσων Μαζικής Μεταφοράς, αποσκοπώντας στην μεσοπρόθεσμη αλλαγή συνηθειών των πολιτών προς την κατεύθυνση της μείωσης της χρήσης ΙΧ. Επιπλέον, ο Δήμος Ηρακλείου, λαμβάνοντας υπόψιν τα αποτελέσματα της έρευνας έχει τη δυνατότητα επανασχεδιασμού και βελτίωσης της λειτουργίας της πόλης σε αυτό το επίπεδο, παράγοντας ο οποίος δρα συμπληρωματικά στις σχεδιαζόμενες παρεμβάσεις οι οποίες σχετίζονται με τη *κυκλοφοριακή μελέτη, καθώς και με τις σχεδιαζόμενες πεζοδρομήσεις περιοχών του ιστορικού κέντρου.*

Τέλος είναι η πρώτη φορά κατά την οποία ο Δήμος Ηρακλείου με οργανωμένο τρόπο και διαδικασία επικοινωνεί με ένα πολύ μεγάλο δείγμα των κατοίκων της πόλης του Ηρακλείου, ζητώντας να συμμετέχουν στην επίλυση ενός μείζονος χαρακτήρα προβλήματος της πόλης, με οργανωμένα χαρακτηριστικά και αποτέλεσμα (αποστολή travel plans, καρτών μετακίνησης).

- Για το ΑΣΤΙΚΟ ΚΤΕΛ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ Α.Ε. Είναι ίσως η πρώτη φορά κατά την οποία έχει τη δυνατότητα να πραγματοποιήσει μια τόσο οργανωμένη και μεγάλη καμπάνια διαφήμισης, με καινοτόμα

χαρακτηριστικά, πρωτοπορώντας στον χαρακτήρα και τα αποτελέσματα. Επιπλέον κεφαλαιοποιεί τις επενδύσεις οι οποίες πραγματοποιήθηκαν στο πλαίσιο του έργου τηλεματικής “επικοινωνώντας” έτσι την αναβάθμιση της ποιότητας προσφερόμενων υπηρεσιών.

Το ΑΣΤΙΚΟ ΚΤΕΛ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ Α.Ε. Έχει τη δυνατότητα να αποκτήσει με πολύ αποτελεσματικό τρόπο δεδομένα για το προφίλ των χρηστών των προσφερόμενων υπηρεσιών, καθώς και για τα προβλήματα τα οποία αντιμετωπίζουν, ώστε με το πέρασ της έρευνας και των ενεργειών του προγράμματος, να έχει τις δυνατότητες παραγωγής ολοκληρωμένης και βιώσιμης στρατηγικής Marketing σύμφωνα με την οποία θα έχει τις δυνατότητες να επενδύσει στην ικανοποίηση των πελατών αυξάνοντας το τελικό αποτέλεσμα και την προστιθέμενη αξία παρεχομένων υπηρεσιών. Τέλος το ΑΣΤΙΚΟ ΚΤΕΛ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ Α.Ε.

Συμμετέχοντας στο συγκεκριμένο πρόγραμμα το ΑΣΤΙΚΟ ΚΤΕΛ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ Α.Ε, έχει τη δυνατότητα συνεργασίας με μεγάλες εταιρίες αστικών συγκοινωνιών στην Ε.Ε., αποκτώντας πολύτιμη τεχνογνωσία την οποία μπορεί να προσαρμόσει στα νέα δεδομένα τα οποία αναμένουμε να διαμορφωθούν με την ολοκλήρωση του προγράμματος. Έτσι ο φορέας με το πέρασ των ενεργειών θα έχει τη δυνατότητα εκπόνησης ενός ολοκληρωμένου business plan το οποίο θα απαντά στα σύγχρονα δεδομένα λειτουργίας της πόλης, κεφαλαιοποιώντας τα δεδομένα ικανοποίησης των πελατών αλλά και του δείγματος των 60.000 κατοίκων της πόλης. Εκμεταλλευόμενος ο φορέας την οργανωμένη καμπανια η οποία θα υλοποιηθεί σε τόσο μεγάλο πληθυσμιακό εύρος, μπορεί να επενδύσει στις καινοτόμες αυτές διαδικασίες, διαμορφώνοντας μια ολοκληρωμένη στρατηγική η οποία τελικά συμβάλει στη βελτίωση του προσφερόμενου προϊόντος (υπηρεσία).

Συνολικά, με την ευκαιρία του προγράμματος δίδεται ίσως η μοναδική ευκαιρία στο Δήμο Ηρακλείου και το ΑΣΤΙΚΟ ΚΤΕΛ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ ΑΕ να συνεργαστούν σε ένα καινοτόμο πλαίσιο αποσκοπώντας στη βελτίωση της λειτουργίας της πόλης, σύμφωνα με συγκεκριμένα βήματα και ολοκληρωμένα αποτελέσματα.

Με την ολοκλήρωση του προγράμματος στην πόλη του Ηρακλείου θα πραγματοποιηθεί ημερίδα /συνέδριο όπου θα παρουσιαστεί ολοκληρωμένα η στρατηγική του Δήμου Ηρακλείου σε σχέση με τη συνεργασία της με το φορέα συγκοινωνιών της πόλης, αλλά και τα αποτελέσματα του προγράμματος.

Στις 13/3/2009, ημέρα Παρασκευή πραγματοποιήθηκε συνέντευξη τύπου όπου παρουσιάστηκε το πρόγραμμα.

Στο πλαίσιο της ενημερωτικής καμπάνιας

Αναρτούμε ενημερωτικές αφίσες σε 30 σημεία, σε στάσεις λεωφορείων και ειδικές ρακέτες, το διάστημα από 14-27 Μαρτίου

Μοιράζουμε στην πόλη 1000 αφίσες

Εκτυπώνουμε και διανέμουμε το ερωτηματολόγιο και τα σχετικά έντυπα σε 60.000 πολίτες ξεκινώντας από την Τρίτη 17-3-09

Δημιουργούμε ειδικό οπτικοακουστικό μήνυμα παρουσίασης του προγράμματος που θα προβάλλεται από την επόμενη εβδομάδα μέσα στα λεωφορεία

Δημιουργούμε ιστοσελίδα του προγράμματος (www.heraklion.gr/adpersonam) όπου μπορούν να ενημερώνονται οι πολίτες για το πρόγραμμα αλλά και να συμμετέχουν στην έρευνα

Αποστέλλουμε e-newsletter με τα νέα του προγράμματος.