

# Markedsføring af linje 8A

# Fakta om 8A

- 29. marts 2015 lancerer vi en ny A-bus linje. Den kommer til at hedde 8A.
- 8A følger den nuværende ruteføring for linje 18 mellem Nordhavn st. og Friheden st.
  - I Hvidovre kommune kommer lanceringen af 8A til at medføre ændringer på Avedøre Holme. Dette tages der højde for i kommunikationen.
- Frekvens i myldretiden: 12 gange i timen – Kører hvert 5 min.
- Den største ændring for brugerne af den nuværende linje er, at de med 8A får natkørsel.
- 8A udvides med 2 busser og 14.000 køreplantimer. Dette skal gerne give kunderne en oplevelse af bedre plads i bussen.

## Basisinfo og tilkøbstrin 1, 2 og 3

Løsninger	Indhold	Økonomi
Trin 3	Versioneret DM, Ekstra presse og større synlighed	Betales af kommunerne
Trin 2	Lokal markedsføring langs linjen	Betales af kommunerne
Trin 1	Kommune tilpasset trafikinfo + markedsføring i egne kanaler	Betales af kommunerne
Basis	Basis trafikinformation	Betales af Movia

# Basis information

## - udarbejdes Movia

- Basis hængeskilt med generel trafikinformation
- Banner på moviatrafik.dk og m.moviatrafik.dk
- Uddybende trafikinformation på moviatrafik.dk og m.moviatrafik.dk
- Linjeinformation til kunderne i MitMovia
- PR – generel pressemeddelelse om køreplansskiftet herunder 8A
- A-bus identitet (røde hjørner og linjefrise inde i bussen)
- 8A kommer med i bus, tog og metro guiden som en del af A-bus nettet

Budget – Betales af Movia

# Trin 1

## - Kommuneilpasset trafikinfo + markedsføring i egne kanaler

- Infotainment spot på skærmene i bussen (i linje 18 og A-busserne) som fortæller om ændringerne.
- Generel folder i linje 18 og A-busserne
  - Info om 8A
  - Info om A-bus nettet
  - Info om natkørsel
- Markering på sideruder på 8A (om frekvens og natkørsel)
- Lokal annoncering via kommunernes kanaler (fx annoncer i lokalaviser og plakater i lokalmiljøet)
- PR med 8A i fokus. Både lokalt og generelt i hele Hovedstadsområdet.
- Brug af Movias facebook side
- Brug af Movias annonceplads i MetroXpress (2-3 helsider)

Budget estimat: 200.000 kr. inkl. moms

# Trin 2

## – Lokal markedsføring langs linjen

- Trin 1
- Lokalannoncering i udvalgte lokalaviser langs linjen – Budskab: kører hver 5 min + natkørsel. Der udarbejdes én version som skal dække alle 3 kommuner.
- Linjefrise på 8A's tagkant som viser udvalgte stoppesteder på ruten
- Tilstedeværelse på plakater ved knudepunkter langs ruten – fx store stoppesteder, bytorv og shopping centre
- Events ved 2-3 udvalgte knudepunkter
  - Dette via involvering fra kommunen, operatøren og Movia.
  - Uddeling af folder og evt. kaffe og konkurrence.

Budget estimat: 900.000 kr. inkl. moms

# Trin 3

## - Versioneret DM, Ekstra presse og større synlighed

- Trin 1 + trin 2
- Annonce i udvalgte lokalaviser.  
Der udarbejdes én version pr kommune, som sikre at borgerne for den mest relevante information som muligt. Og som giver plads til at hver kommune/borgmester kan komme med en kort personlig afsender tekst.
- Presse event
  - Ved lanceringen af 9A blev der lavet en borgmesterstafet. Denne gav positiv omtale i pressen. Det er vores anbefaling, at vi også denne gang lave en event, som kan skabe en lignende opmærksomhed. Vi skal ikke gentage det set up fra sidst, da det nu er set. Og nok heller ikke noget der er helt lige så stort, da vi ikke har med en helt ny linje at gøre. Men vi skal finde på noget nyt, som støtter bedst muligt op om fordelene ved lanceringen af 8A.
- 1 Helfoliering eller 2 venstreside-folieringer. For meget synligt at sætte fokus på at linje 18 bliver til 8A, kan vi fx vælge at helfoliere en af de nuværende busser på linje 18. Dette vil både være synligt for nuværende og nye kunder.

Budget estimat: 1,2 mio. kr. inkl. moms

# Særligt for Hvidovre kommune

Grundet 8A sker der mange ændringer på Avedøre Holme. Det anbefales at dette kommunikeres via følgende kanaler:

- Plakat på linje 18's stoppested på Frihedens st. samt alle stoppesteder på Avedøre Holme. Plakaten skal forklare om ændringerne via tekst og et kort der viser hvordan Avedøre Holme betjenes efter den 29. marts.
- Samme kommunikation tilpasses og sendes (gerne elektronisk) til virksomhederne på Avedøre Holme.
- Da ændringerne er en forringelse fra det de har i dag, anbefales det, at der også udarbejdes en intern foldere til kommunens ansatte samt lokalpolitikere, så de er klædt på til at svar på de henvendelser, der måtte komme.

Budget estimat 50.000 kr. inkl. moms



# Budgetestimat

Ved valg af alle 3 trin ser budgetfordelingen ud som vist nedenfor:

Københavns kommune: 472.000 kr.

Frederiksberg Kommune: 200.000 kr.

Hvidovre kommune: 78.000 kr.

Movia: 500.000 kr.

Total: 1.250.000 kr. inkl. moms.

# Visuel kommunikationsplatform og afsender

- Kampagnematerialerne vil tage udgangspunkt i den fælles visuelle kommunikationsplatform, som benyttes på tværs af transportformerne i hovedstadsområdet.
- Dette sikrer genkendelighed og sammenhæng til den øvrige kommunikation til kunderne omkring kollektiv transport.
- Kommunen vil være medafsender på kampagnen ligesillet med den nye paraply organisation, der er etableret på dette tidspunktet.



Eksempel på kampagneunivers