
PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

OneTicket - Jedna jízdenka

Projekt byl navržen a proveden pro:

CENDIS, s. p.

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Ewing s. r. o.

Přihlašujeme do:

Oborové kategorie:

II.5 Státní správa, politika, neziskový sektor

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie,
pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

Osoba, která projekt do soutěže předkládá:

Jméno: Martin Farář

Firma/organizace: Ewing s. r. o.

Stručné shrnutí projektu:

Na dálkové i regionální vlakové linky v ČR vstoupili noví dopravci. Pro cestujícího byla při nákupu jízdenky tato situace dost nepřehledná, zvláště pokud potřeboval během cesty přesehat mezi vlaky dopravců. Bylo nutné si kupovat jízdenku na každý vlak extra. S nasazením systému OneTicket tyto starosti odpadají. Cestující si v aplikaci, u průvodčího nebo na přepážce všech dopravců snadno zakoupí OneTicket a v daném směru může cestovat téměř každým vlakem včetně přestupů na jednu jízdenku.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Naším úkolem bylo komunikačně podpořit příchod OneTicket na trh, zpracovat materiály pro PR komunikaci a zajistit služby tiskového mluvčího. Soustředili jsme se na interní podporu, grafické práce, podporu UX/UI při vývoji webu služby, na tvorbu digitálního obsahu pro sociální sítě, zejména tvorbu vysvětlujících animací, maskota projektu a stanovení vizuálního stylu pro komunikaci na sociálních sítích. Cílovou skupinou byli všichni (i potenciální) cestující využívající vlakovou dopravu.

Strategie:

Vytvořili jsme komunikační strategii, ze které si klient vybral k realizaci některé aktivity, neboť se v průběhu času změnila preference v rámci objemu nutné komunikace. Komunikaci si však klient řídil samostatně s využitím mluvčího a ve spolupráci s tiskovým odborem Ministerstva dopravy. Ewing využíval zejména jako konzultanta a jako podporu komunikace nebo pro přípravu komunikačních materiálů a obsahu pro digitální komunikaci. Součástí naší práce bylo zajistit placenou propagaci zejména na sociálních sítích, ale také v rámci aplikací pro mobilní platformu, kde klient nabízel speciální aplikaci OneTicket.

Nástroje a aktivity

Pro klasické PR a běžný press office jsme klientovi poskytli tiskového mluvčího projektu a komplexní podporu při přípravě veškerých materiálů. Připravili jsme podklady představující OneTicket také pro jednotlivé dopravce – pro jejich tiskové mluvčí a vlakové čety (infografiky, interní komunikační materiály, označení obchodních míst ad.).

Zajistili jsme vznik animovaného videa vysvětlujícího benefit služby, včetně jeho editů pro použití na sociálních sítích či v médiích. Hlavní hrdina videa, maskot Tiketka, se stal ústřední postavou projektu. Vznikl také merchandising s jeho motivem – plyšáci, trička a další reklamní předměty.

V oblasti digitální komunikace jsme měli na starosti podporu přípravy obsahu na sociální sítě, propagace aplikace OneTicket, analýzu webu a přípravu grafických materiálů.

Výsledky:

Pandemie covidu-19 zásadně omezila počet cestujících ve veřejné dopravě. Podle Googlu a dat z mobilních telefonů je pokles o 40 procent ve srovnání s dobou před pandemií. I tak ale OneTicket za první tři měsíce provozu zakoupilo 145 000 cestujících (zdroj CENDIS, s. p.). To lze považovat za velmi významný úspěch, a to zejména proto, že OneTicket má stanovenou pevnou sazbu za každý ujetý kilometr a nemůže tak konkurovat komerčním nabídkám dopravců.

Weblinky:

www.oneticket.cz, https://www.youtube.com/channel/UCLUDRm_g9Mb1aqDjlabE_PA