

UITP Plzeň 2019

Chytrá a zdravá doprava ve městech

Michael Beer, Berliner Verkehrsbetriebe (BVG)

Abstrakt příspěvku

Image kampaň berlínských dopravních podniků BVG #weilwirdichlieben („Protože vás máme rádi“)

Berlínské dopravní podniky (Berliner Verkehrsbetriebe, BVG) zahájily svou image kampaň s názvem *Weil wir ich lieben* („Protože vás máme rádi“) v roce 2015. Smyslem kampaně bylo oživit image společnosti. Berlínské dopravní podniky byly dosud vždy vnímány jako společnost, která je suchopárná, konzervativní, korektní atd. Pokud by tento podnik byl lidskou bytostí, byl by to daňový úředník. Tento zažitý stereotyp jsme chtěli změnit v obraz mladší, svižnější a přitažlivější firmy. Nechtěli jsme být vnímáni jako nudný dopravní podnik, ale jako partner. Bylo třeba oživit vztah se zákazníkem. Vzniklo motto kampaně „Protože vás máme rádi“.

Prezentace popisuje vývoj kampaně od začátku do současnosti. Její tón by měl být zřejmý z řady příkladů.

Kampaň komunikuje napříč mediálními kanály. Důraz je kladen na mediální aktivity v sociálních médiích, jako je zejména Twitter a Facebook. Uživatelům se dostávají zábavné každodenní příspěvky. Tón komunikace je vtipný a sebeironizující. Uvedený způsob komunikace řadí společnost BVG v odvětví veřejné dopravy mezi první podniky, které tento přístup začaly uplatňovat.

Vedle aktivit v sociálních médiích přesvědčilo miliony uživatelů v posledních letech také několik reklamních kampaní. V prezentaci uvádíme tři ukázky reklamních spotů (jsou v německém jazyce s anglickými titulky).

Úspěch kampaně není měřen pouze počtem odběratelů nebo uživatelů, nýbrž také rozsáhlým průběžným průzkumem trhu. Jedná se o analýzu toho, do jaké míry se kampani podařilo změnit image společnosti. Výsledky ukazují, že lepší image vede k vyšší věrnosti zákazníků. Je pravděpodobnější, že drobné chyby zákazníci odpustí, protože svůj dopravní podnik mají rádi.

Image kampaň BVG získala několik ocenění.