

2014

Kom/IT - projekt rejsekort kampagne



klippekort → rejsekort



Kim Becher & Jesper Madsen

[Skriv firmaets navn]

01-01-2014

Indhold

Informationsproblem (problemformulering)	2
Afsender.....	2
Mål og målgrupper	2
Valg af informationsstrategi	3
Budskab (kampagne).....	3
Medievalg:	3
Kampagnens omkostninger:	4
Konklusion	4
Sent tilføjede produkter	5
Skitseringer	6
Spørgeskema	10
Websitet.....	11
App.....	13

Informationsproblem (problemformulering)

Vi har fået til opgave at lave en kampagne der skal gøre DSB's rejsekort mere attraktivt, for de personer som endnu ikke har konverteret til rejsekortet og ikke har gjort det enten fordi de holder fast ved deres klippekort, ikke mener de kan klare den nye teknologi eller simpelthen bare ikke vil have rejsekort.

Afsender

Afsenderen er firmaet Rejsekort A/S som er et firma der består af trafikselskaberne: DSB, S-tog, Movia, NT, Metro, Sydtrafik og Midttrafik. Der indgik et samarbejde om at give danskerne et elektronisk billetsystem.



Mål og målgrupper

Vores målgruppe er lavet ud fra BR- matrixens 3 punkt om målgrupper. Vores målgruppe er svær at påvirke, da de har fået al informationen omkring rejsekortet, men de holder sig stadig til klippekort eller billetter, enten fordi rejsekortet er for besværligt eller fordi der er tryghed i at bruge det "gamle".

	Info opleves som relevant "Jeg er enig i, at problemet skal løses"	Info opleves irrelevant "Er det her et problem?"
Behov for information	+B/ +R: Målgruppeprofil 1 Målgruppen forholder sig positivt og aktivt til relevant information	+B/ -R: Målgruppeprofil 3 Målgruppen er vanskelig at påvirke
Ikke behov for mere information	-B/ +R: Målgruppeprofil 2 Information er ikke nok til at løse problemet for målgruppen	-B/ -R: Målgruppeprofil 4 Det er håbløst at benytte information

Valg af informationsstrategi

Vores informationsstrategi går ud på at påvirke vores målgruppe ved hjælp af lidt humor og ironi. Målgruppens skal se en sammenligning i overgangen fra klippekort til rejsekort med overgangen fra bankbog til hævekort, selvom rejsekortet er langt mere avanceret at have med at gøre, er det for at give målgruppen fokus på, at der "kun" er tale om en konvertering fra papir til elektronisk.

Budskab (kampagne)

Da vi vælger at tage lidt pis på målgruppen ved at sammenligne overgangen fra klippekort til rejsekort med overgangen fra bankbog til hævekort, så kommer budskabet til at være at det er ikke så slemt at skifte til rejsekortet som målgruppen tror, rejsekort er til for at gøre deres liv nemmere når de rejser, ikke for at gøre det mere besværligt end deres elskede klippekort. Og som en sidebemærkning vil vi også lige påpege at de har prøvet en tilsvarende overgang før nemlig den gang da man gik fra Bankbog til hævekort

Medievalg:

Mediet bliver elektronisk, ligesom rejsekortet, det bliver et website og en mobil app. App'en skal være med til at give brugeren et mobilt overblik over deres saldo og rejser samt give mulighed for at "tanke kortet op" eller spærre det, i tilfælde af tyveri eller at kortet bliver mistet. Udover hjemmesiden og app'en vil der være nogle standart rejsekort plakater som bare i denne kampagne vil være med til at illustrere overgangen fra klippe kort til rejsekort og sammenligene overgange fra bankbog til hævekort

Kampagnens omkostninger:

I løbet af de sidste 4 kampagner fra Rejsekort A/S, er der blevet brugt i gennemsnit 275.000 kr. Da vores kampagne er lidt mere omfattende end disse, vil 275.000 kr. nok være et meget realistisk budget, da der skal laves trykte produkter i form af plakater i A3 eller større. 2 elektroniske produkter i form af hjemmeside og App som skal kunne forbindes med rejsekorts brugerinformation, eller overtage det helt.

Konklusion

Vi har konkluderet at rejsekortet har haft en svær start, med masser af børnesygdomme. samt den tvungne overgang fra klippekort til rejsekortet, har givet yderligere modvilje. En kampagne som vores ville nok være med til at omvende en del af de personer som holder sig til det traditionelle klippekort. mange af problemerne kan også skyldes at mange danskere er omstillingsvanskelige når det kommer til teknologi, dog bliver det problem mindre med tiden på grund af de yngre generationer som vokser op i en mere teknologisk verden.

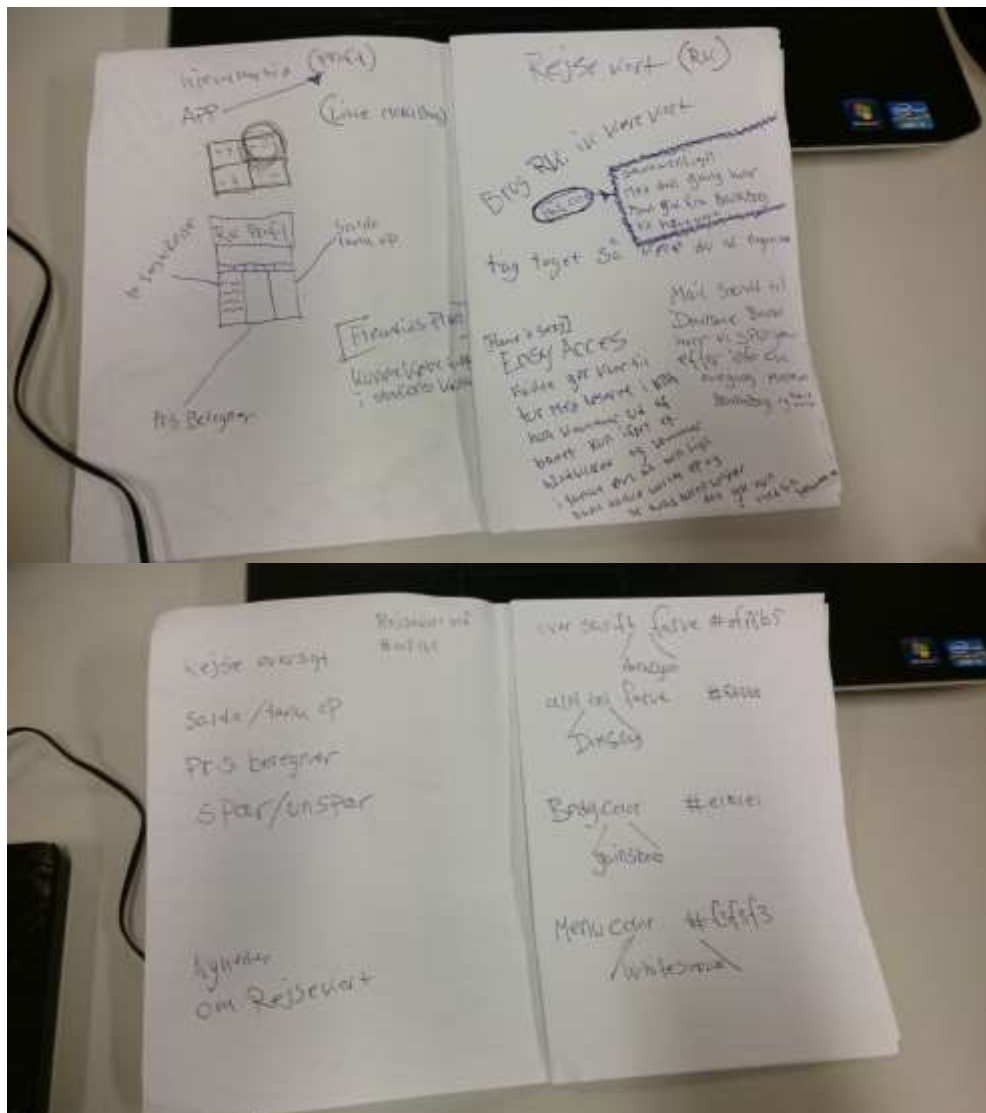
REJSEKORT

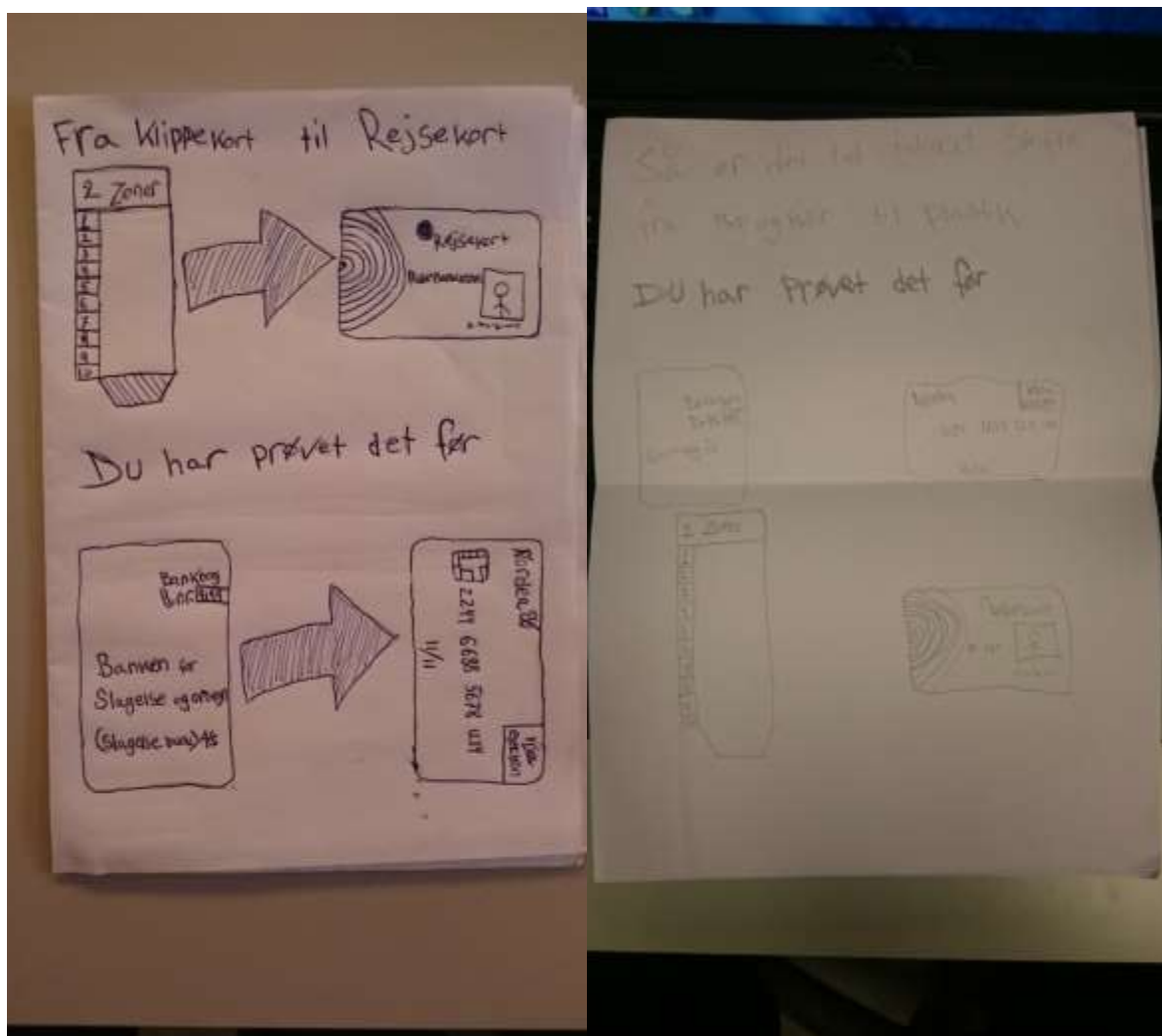


DU HAR PRØVET DET FØR

Bilag

Skitseringer











Spørgeskema

Tidsstempel	Hvad synes du om overgangen fra bankbog til hævekort?	Hvad synes du der var af problemer med overgangen fra bankbog til hævekort?
11-11-2014 13:06:50	det ikke nemt	at man skal bruge netbank
11-11-2014 13:35:15	bekvemt	det var lettere at få overtræk på kontoen
11-11-2014 17:10:28	Dårligt - vi gik ikke fra bankbog til hævekort	Vi gik fra bankbog, til check til hævekort
11-11-2014 17:03:01	Dengang i yngre jernalder var der noget utrygt ved at 'miste' kontrollen over bundlinjen. Altså at det ikke var noget der skete ansigt til ansigt. Jeg var lidt skeptisk. For hvad nu hvis der skete fejl, osv. osv. Men det gjorde der jo ikke. Og her startede filialernes død.	Jeg kan ikke huske at der var problemer. Det kørte ret problemfrit. Jeg er uendeligt mere skeptisk med rejsekortet.
11-11-2014 17:27:29	Mere anvendeligt , da man derved ikke behøver at gå ind i selve banken for at kunne hæve penge	Man stoppede med at kunne følge med i sine udgifter og indtægter, da det kontoudtog man får fra automaten kun viser de seneste 3 posteringer. Så man skal enten vente på det store udtog, eller gå på mobil el. Netbank
11-12-2014 0:49:58	Okay... No problemo!	Lette at bruge penge man ikke har!

Websitet

**REJSEKORT**Dytænder On Rejsekort


[Rejse oversigter](#) [Tank op](#) [Pris beregner](#) [Spærring](#)



Nu kan du få en tank-op-aftale til dit barn

[Læs mere her >](#)

Hvor virker rejsekort?

[Læs her og læs mere >](#)

Spørgsmål og svar

Hvordan rejser jeg med rejsekort?


Skal du have penge tilbage og/eller for kort medbringskud?

Hvad gør jeg, hvis jeg ikke kan lade på udbetalingen?

Kan jeg sætte en tank-op-aftale til mit barns rejsekort?

Hvad betyder det, at jeg skal vælge mig på udbetalingen?

[Alle spørgsmål og svar >](#)

**REJSEKORT**Dytænder On Rejsekort

[Rejse oversigter](#) [Tank op](#) [Pris beregner](#) [Spærring](#)

Prisberegner

Enkeltrejse ☒

Ud og hjem ☐

Voksen - Rejsekort personligt

Fra

Aalborg st

Til

Århus st

VIA

Udvid Søgning

Beregn pris >

KR

Kim Becher og Jesper S Madsen

Side 11



REJSEKORT

Tryk her Om Rejsekort

[Rejse oversigter](#)

[Tank op](#)

[Pris beregner](#)

[Spærring](#)

14-01-2014 -20,00 kr

17:03 Kongens Nytorv st.

17:20 Københavns lufthavn

14-12-2013 -20,64 kr

01:44 Aalborg st.

02:26 Erik Jørgensens plads

03-12-2013 300,00 kr

11:08 Tank-op-aftale

med RK-app

01-12-2013 -20,64

12:05 Erik Jørgensens plads

12:47 Aalborg st.

Print

Saldo: 279,36 kr



REJSEKORT

Tryk her Om Rejsekort

[Rejse oversigter](#)

[Tank op](#)

[Pris beregner](#)

[Spærring](#)

Saldo
337,65

Tank op



App

