

# Kampanjrapport

Ett samarbete mellan



Kampanj bilister Tyresö

- Bakgrund sida 3 – 4
- Tidsaxel sida 5
- Översikt utskick sida 6 – 12
- OBS-mätning (telefonundersökning) sida 13 – 17
- Svarshantering sida 18 – 22
- Uppföljning provåkare (telefonundersökning) sida 23 – 29
- Sammanfattning sida 30
- Resultat sida 31 – 32

## Bakgrund

Befolkningen i östra Tyresö har uppskattats öka med 30 % till 2030 (jmf 2013). Med befolkningsökningen ökar även transportbehovet på en väg som redan idag är hårt belastad. För att hantera utmaningen med en växande befolkning, med ökande transporter och växthusgasutsläpp som följd, måste kommunen få fler personer att avstå från bilen och istället välja kollektivtrafiken. Ett testresenärsprojekt är ett led i detta arbete.

En utredning med åtgärder för en hållbar trafik för östra Tyresö togs fram 2012. Utredningen rekommenderar och prioriterar åtgärder utifrån Trafikverkets fyrstegsprincip. I utredningen framgår att om 10 % av de som reser med bil under morgonens högtrafik i riktning mot Tyresö centrum istället skulle resa kollektivt skulle antalet bilar minska med cirka 250 stycken. En minskning med 250 fordon i högtrafik skulle markant förbättra framkomligheten på Tyresövägen, köerna skulle reduceras till ett minimum.

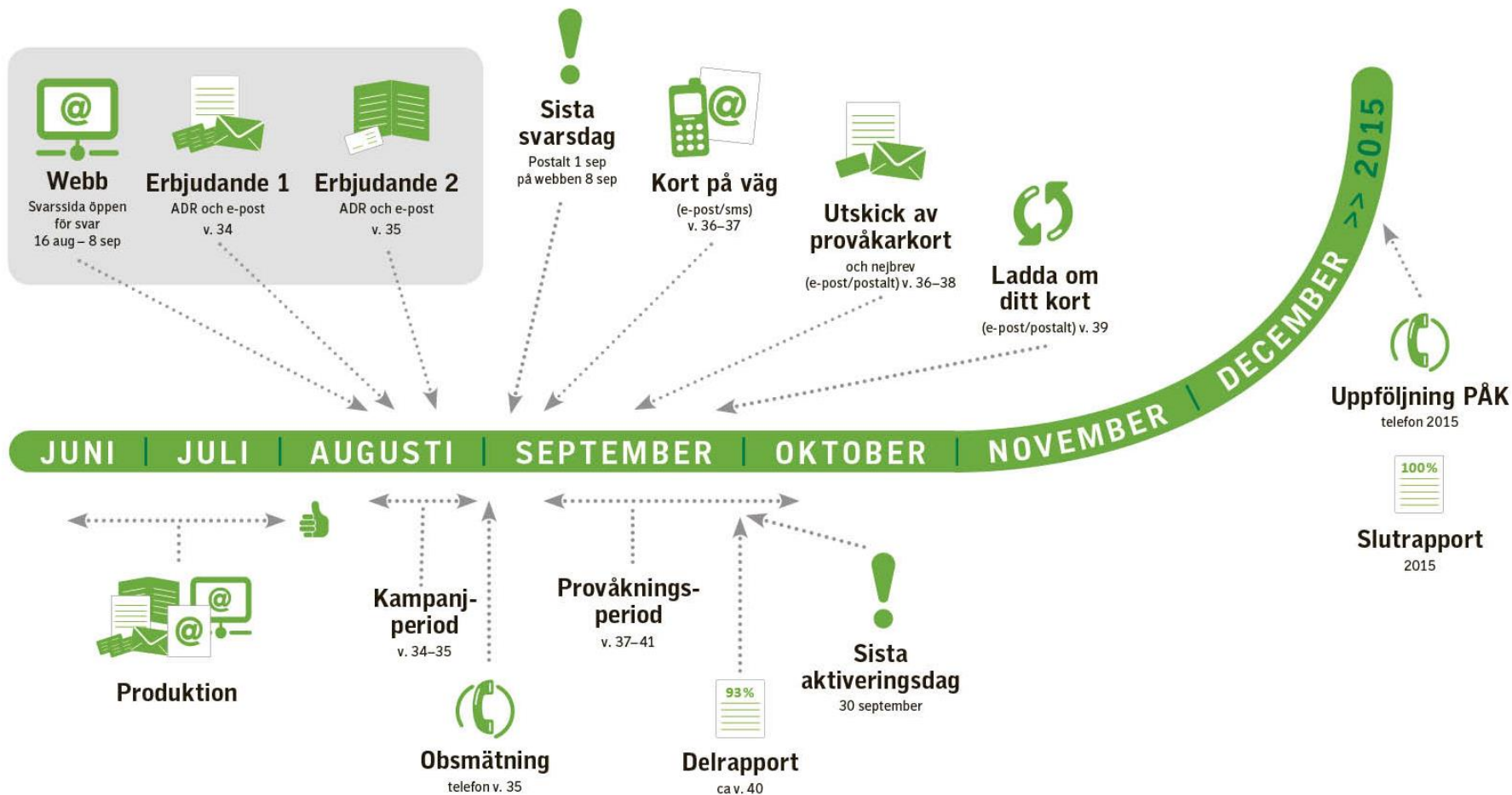
## Uppdraget

Lazzos uppdrag är att ta fram en marknadsföringskampanj som vänder sig till målgruppen bilister för att få dem att byta till kollektivt resande med SL. Genom att registrera personuppgifter och resprofiler kan kunderna segmenteras. SL har som målsättning att låta minst 600 bilister provåka under 2 veckor.

<b>Erbjudande till målgruppen:</b>	Adresserat utskick till bilägare Adresserat utskick till bilägare (påminnare) E-postutskick till anställda på Tyresö Kommun E-postutskick till registrerade privatpersoner
<b>Observationsmätning:</b>	Telefonundersökning några dagar efter att påminnaren skickats ut
<b>Sista svarsdatum:</b>	1 september 2014
<b>Svar till respondenter:</b>	Provårkort på väg (SMS) Provårkortsutskick (postalt) Nej (e-post/postalt) Ladda om (e-post/postalt)
<b>Provåkningsperiod:</b>	14 dagar – Sista aktiveringsdag: 30 september 2014
<b>Uppföljning provåkare:</b>	E-postundersökning efter provåkarperiodens slut
<b>Uppföljning provåkare:</b>	Telefonundersökning 3 månader efter provåkningsperioden

# Tidsaxel

5



# Översikt utskick – ADR1

## Adresserat utskick till bilister i Tyresö Kommun

Vecka 33: 2 233 st



Brev, kuvert och svarskort

# Översikt utskick – ADR2

7

Adresserat utskick till bilister i Tyresö Kommun

Vecka 34: 2 233 st



Folder med svarskort

# Översikt utskick – E-postutskick erbjudande

## E-postutskick vecka 34

Till anställda på Tyresö Kommun: 3 500 st  
Till registrerade privatpersoner: 300 st



Svarssida



E-post



# Översikt utskick – Svarsbrev

## Provåskort på väg (SMS)

4 september 2014: 296 st

9 september 2014: 40 st

18 september 2014: 14 st



# Översikt utskick – Svarsbrev

## Provåkarkortsutskick (postalt)

29 augusti 2014: 348 st

5 september 2014: 429 st

12 september 2014: 64 st

19 september 2014: 19 st



Brev, kuvert och provåkarkort

# Översikt utskick – Svarsbrev

Nej (postalt)

18 september 2014: 147 st

Nej (e-post)

5 september 2014: 348 st

9 september 2014: 41 st

18 september 2014: 11 st



Vykort



E-post

# Översikt utskick – Svarsbrev

**Ladda om (postalt)**  
24 september 2014: 197 st

**Ladda om (e-post)**  
25 september 2014: 662 st



Vykort



E-post

Totalt har 300 slumpvis utvalda personer i Tyresö intervjuats.

## Målpopulation

Undersökningen är giltig för bilägare som är mottagare av DR-utskick.

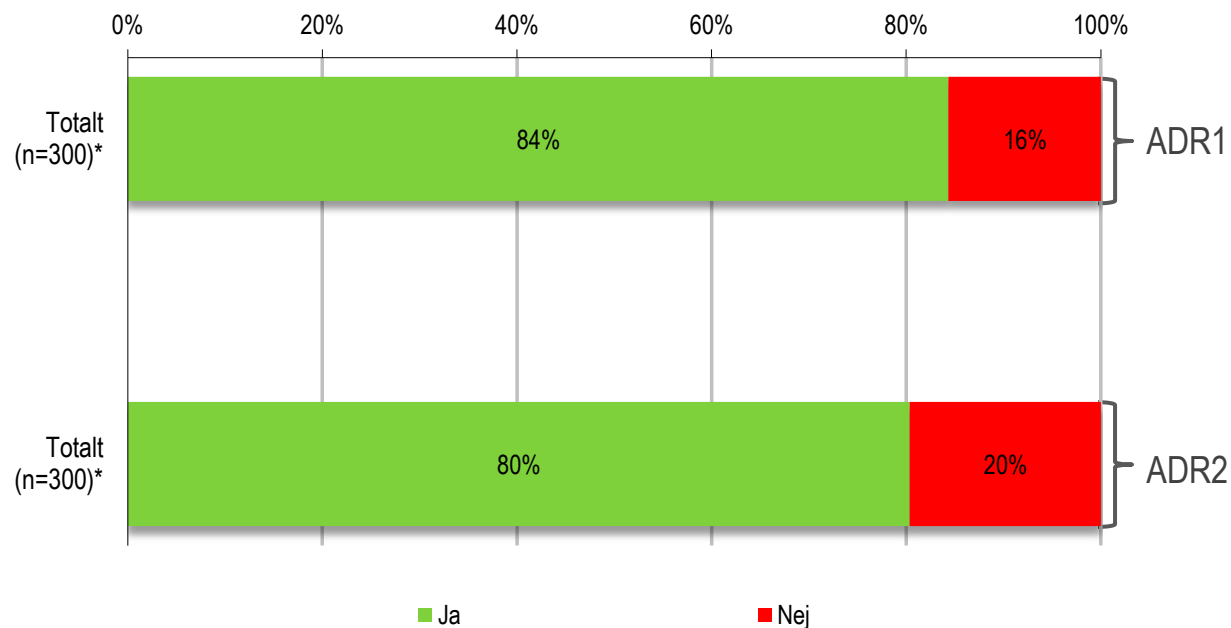
## Datainsamlingsmetod

Informationen har samlats in med hjälp av telefonintervjuer. Intervjuerna genomfördes direkt i anslutning till kampanjen.



# OBS-mätning – Observationsvärde

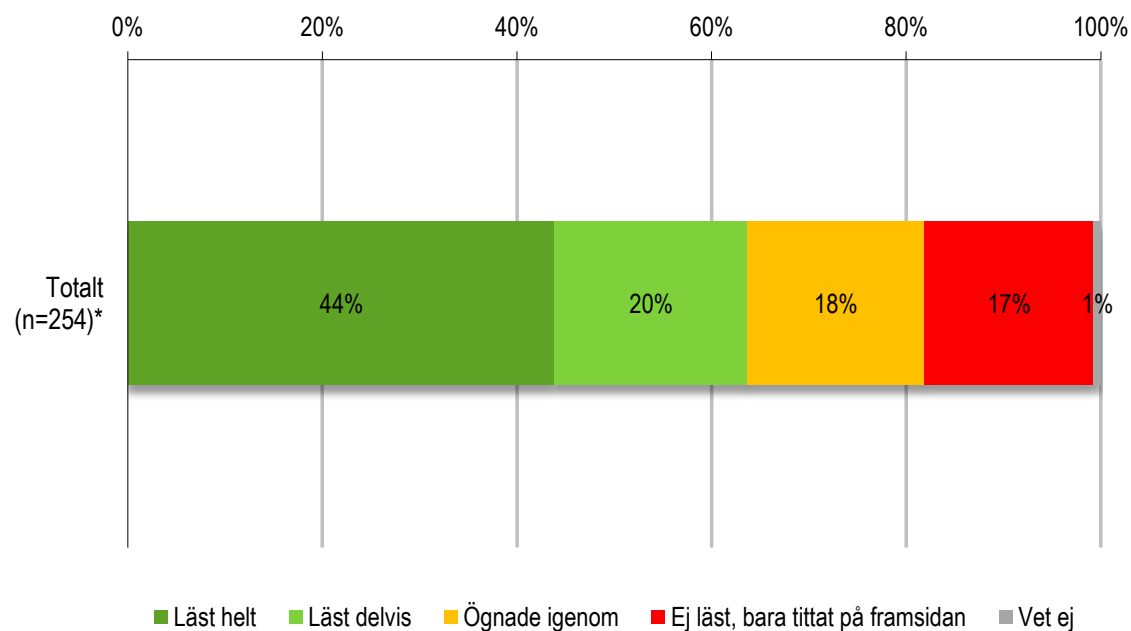
Har du under den senaste tiden fått adresserade utskick från SL?



Totalt 85 % av de som svarade på undersökningen hade uppmärksammat minst ett av utskicken i kampanjen.

# OBS-mätning – Läsvärde

*Hur mycket har du läst eller tittat i utskicket från SL?*

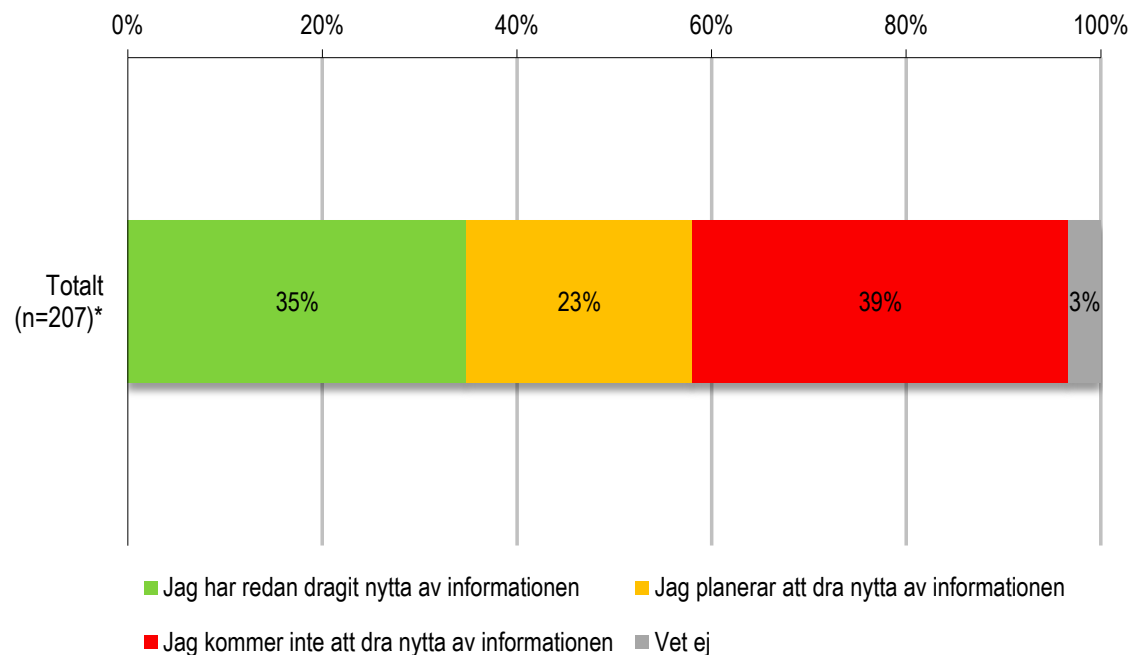


82 % av de som hade uppmärksammat kampanjen hade även öppnat och läst det.

\* Samtliga som har uppmärksammat något av utskicken i kampanjen

# OBS-mätning – Nytt

*Har du dragit nytta eller planerar du att dra nytta av något som det informerades om i utskicket?*



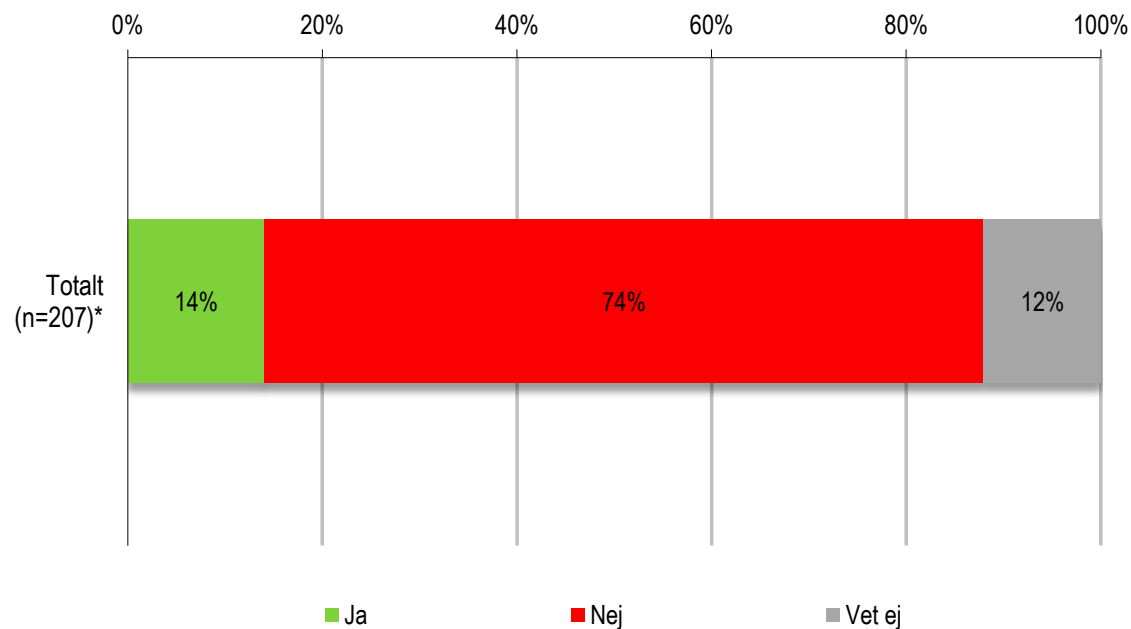
Av de som hade läst något av utskicken i kampanjen kunde 58 % tänka sig att utnyttja erbjudandet.

\* Samtliga som har läst något av utskicken i kampanjen



# OBS-mätning – Ny information

*Fick du någon information i utskicket som du inte tidigare kände till?*



14 % av de som hade läst något av utskicken i kampanjen, uppgav att de hade fått information som de inte tidigare kände till.

\* Samtliga som har läst något av utskicken i kampanjen

# Svarshantering – Svarsfrekvens

<b>Bilister + vänsvar</b>	<b>ADR 1+2</b>
-------------------------------	----------------

<b>Utskick</b>	2 233 st
----------------	----------

<b>Svar</b>	968 st
-------------	--------

<b>Svarsfrekvens</b>	43,3 %
----------------------	--------

<b>Företag</b>	<b>E-post</b>
----------------	---------------

<b>Utskick</b>	3 500 st
----------------	----------

<b>Svar</b>	394 st
-------------	--------

<b>Svarsfrekvens</b>	11,3 %
----------------------	--------

<b>Privatpersoner</b>	<b>E-post</b>
-----------------------	---------------

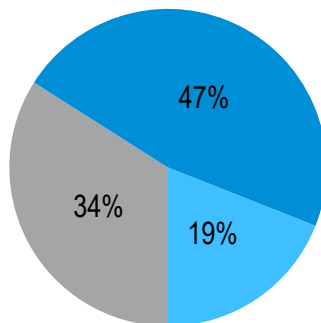
<b>Utskick</b>	300 st
----------------	--------

<b>Svar</b>	94 st
-------------	-------

<b>Svarsfrekvens</b>	31,3 %
----------------------	--------

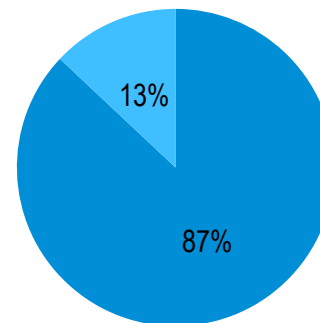
# Svarshantering – Fördelning svar

Bilister + vänsvar	ADR 1	ADR 2	Totalt
Post	35 %	28 %	34 %
Dator	47 %	46 %	47 %
Mobil	18 %	26 %	19 %
<b>Totalt</b>	<b>794 st</b>	<b>174 st</b>	<b>968 st</b>



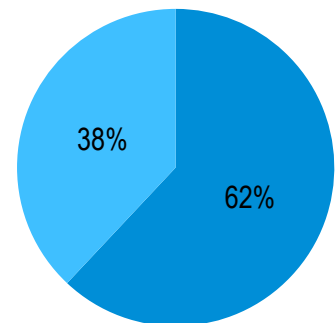
■ Post ■ Dator ■ Mobil

Företag	E-post
Post	-
Dator	87 %
Mobil	13 %
<b>Totalt</b>	<b>394 st</b>



■ Post ■ Dator ■ Mobil

Privat- personer	E-post
Post	-
Dator	62 %
Mobil	38 %
<b>Totalt</b>	<b>94 st</b>



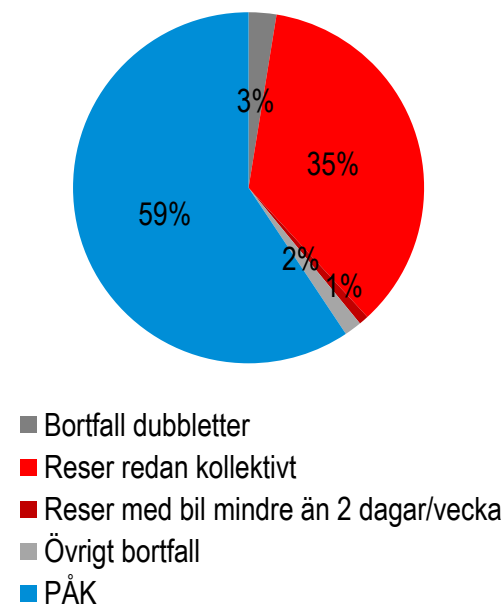
■ Post ■ Dator ■ Mobil

## Provåkarna tas ut efter följande profil

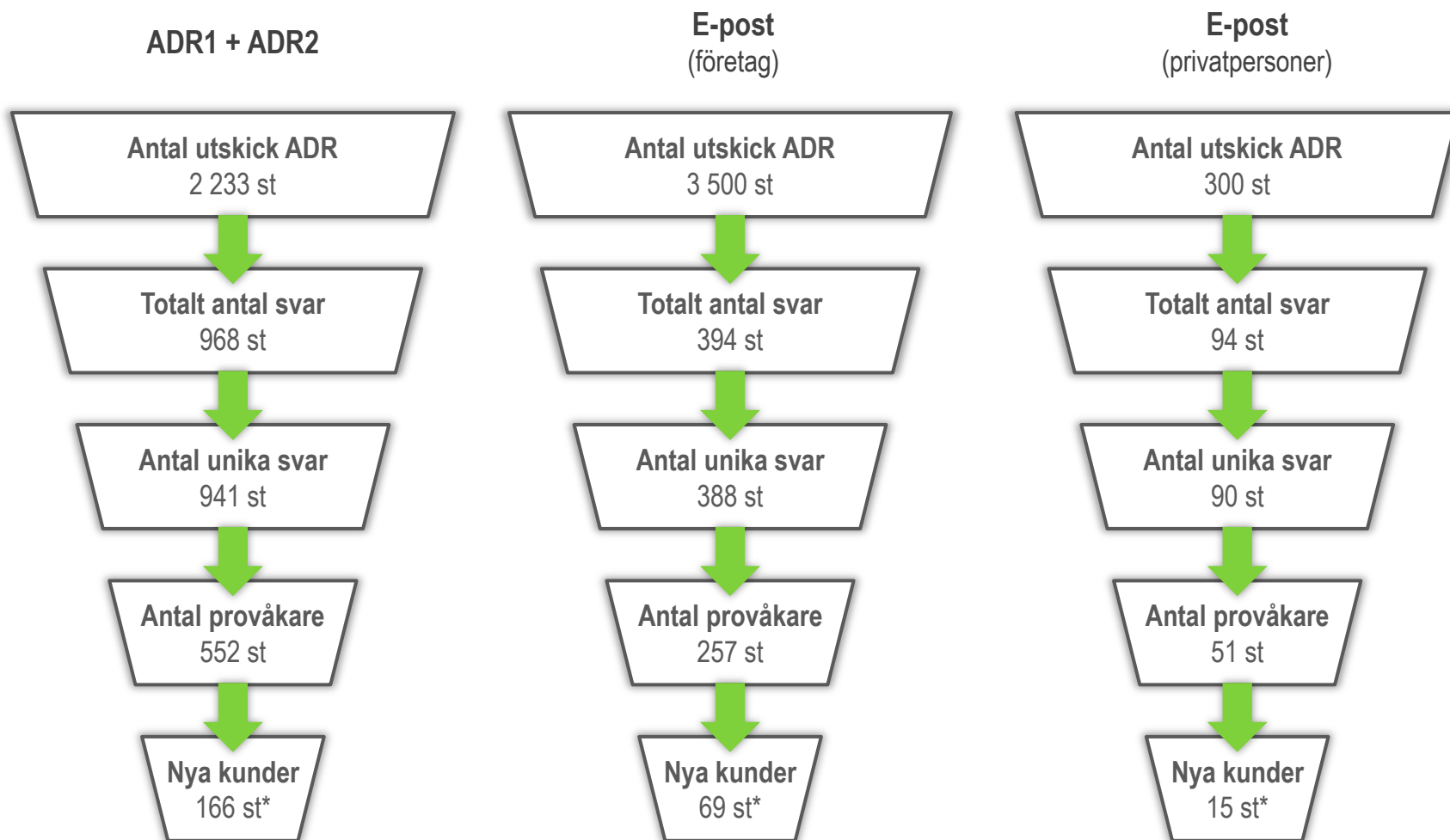
- *Får inte resa till och från arbete med buss eller tåg/tunnelbana*
- *Måste resa med bil minst 2 dagar/vecka*
- *Får inte resa kollektivt 2 dagar/vecka eller mer*
- *Får inte resa med Resekort Periodkort*
- *Ålder över 18 år*
- *Måste verifieras med personnummer*

# Svarshantering – Inkomna svar

	ADR1 + ADR2	E-post (företag)	E-post (privatperson)
Inkomna svar	968 st	394 st	94 st
Bortfall dubletter	-27 st	-6 st	-4 st
Reser redan kollektivt	-364 st	-120 st	-39 st
Reser med bil mindre än 2 dagar/vecka	-7 st	-6 st	
Övrigt bortfall	-18 st	-5 st	
Provåkare	552 st	257 st	51 st



# Svarshantering – Resultat



Totalt har 299 provåkare intervjuats.

- 150 st provåkare som fick det adresserade utskicket riktat till bilister i Tyresö Kommun
- 149 st provåkare som fick e-post-erbjudandet utskickat till anställda på Tyresö Kommun

## Målpopulation

Undersökningen är giltig för mottagare av provåkarkort i kampanjen.

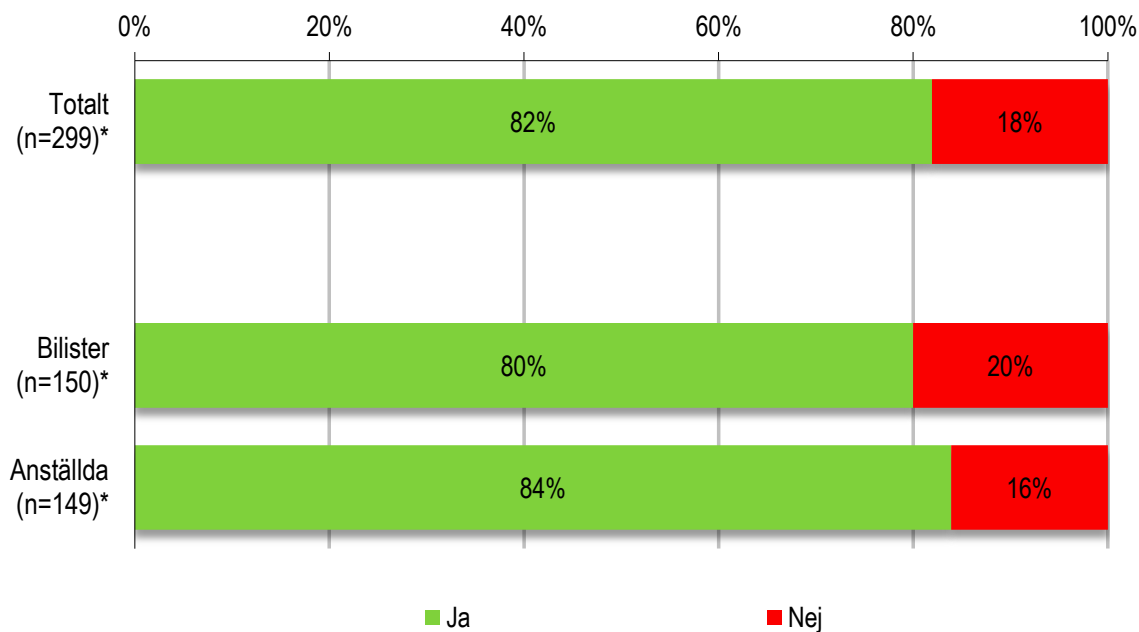
## Datainsamlingsmetod

Informationen har samlats in med hjälp av telefonintervjuer. Intervjuerna genomfördes under vecka 2-3, 3 månader efter provåkningsperioden.



# Uppföljning provåkare – Kortanvändning

Använde du eller någon annan i ditt hushåll provåkarkortet?

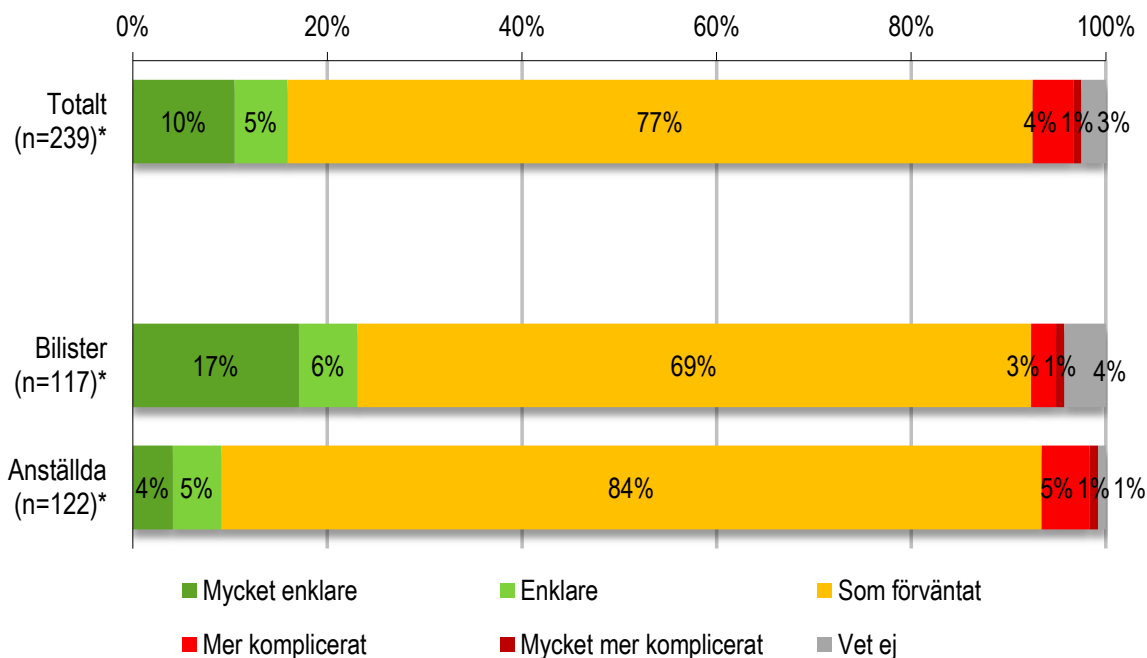


Av de som fick chansen att provåka med SL använde 82 % sitt provåkarkort vid minst ett tillfälle.



# Uppföljning provåkare – Tillgänglighet

Var det enklare eller mer komplicerat att åka med SL jämfört med vad du hade förväntat dig?

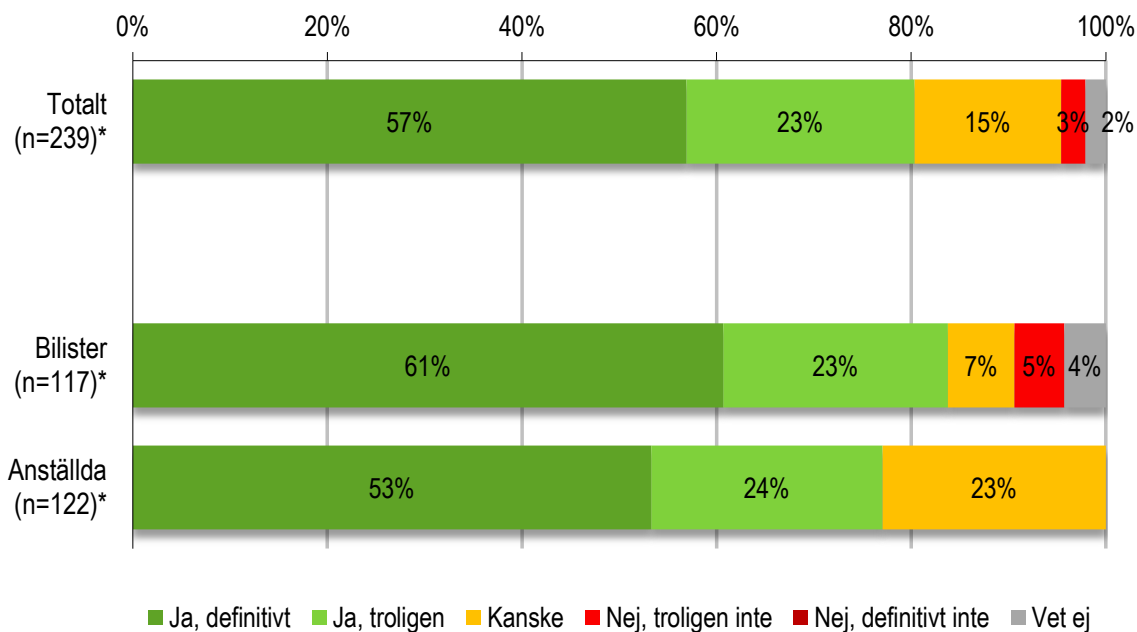


15 % av de som använt sitt provåkar-kort, uppgav att det var enklare än vad de hade förväntat sig att resa med SL.

\* Samtliga provåkare som använt kortet själva

# Uppföljning provåkare – Rekommendation

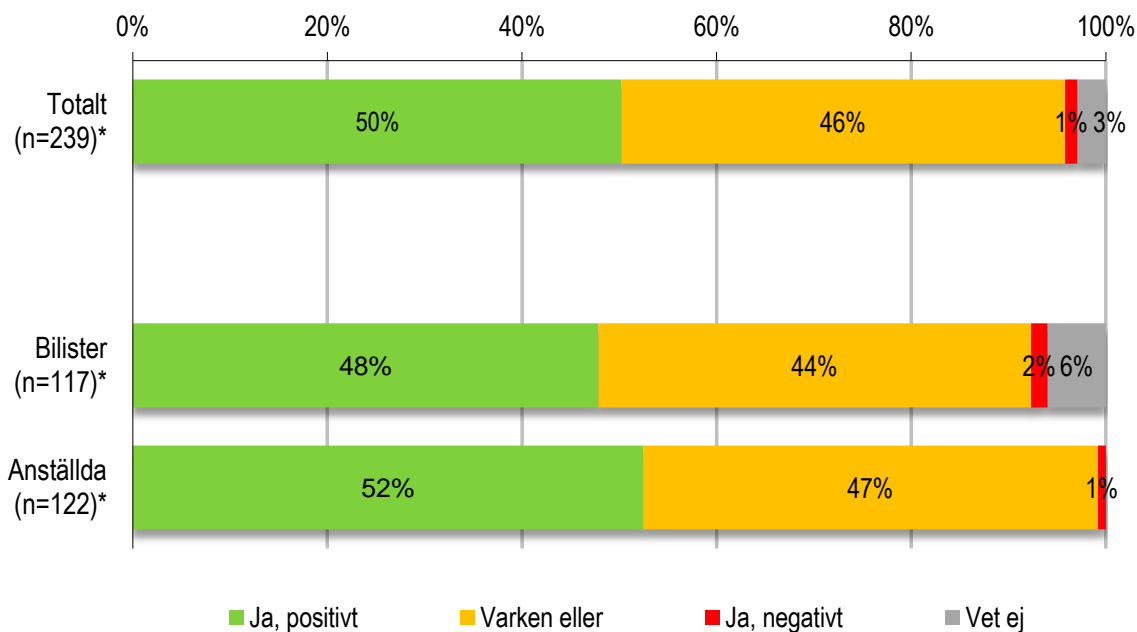
Skulle du – utifrån dina erfarenheter – rekommendera vänner och bekanta att resa med SL?



Av de respondenter som hade använt sitt provårkort, uppgav 80 % att de var villiga att rekommendera vänner och bekanta att resa med SL.

# Uppföljning provåkare – Påverkad syn

*Påverkade erbjudandet din syn på SL?*

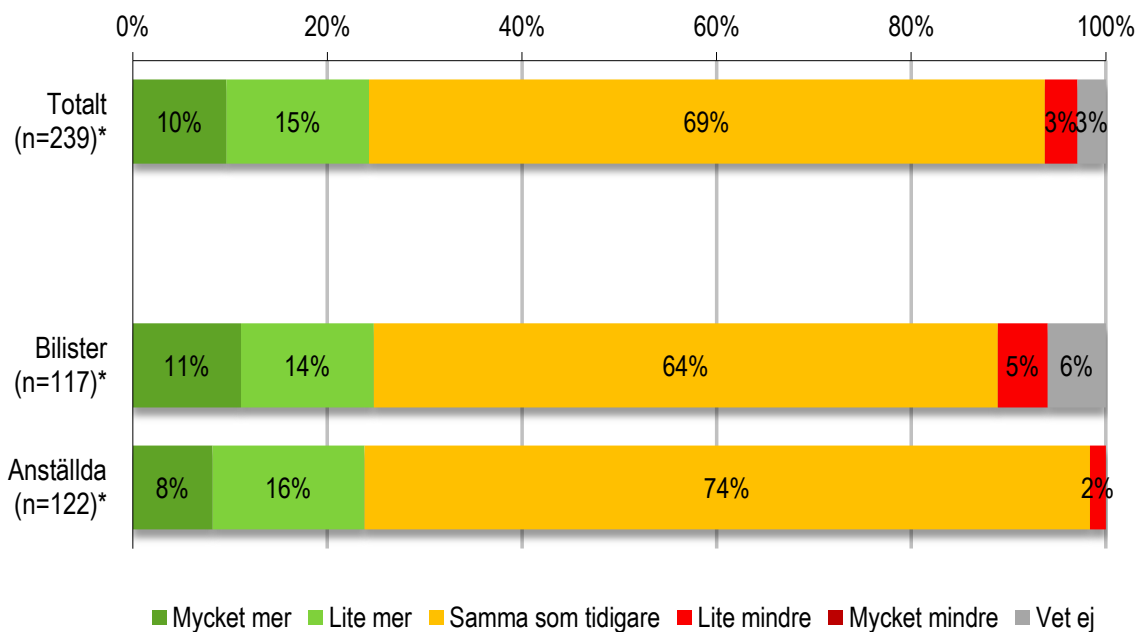


50 % av de som hade använt sitt provåkar-kort, uppgav att de har fått en mer positiv syn på SL.

\* Samtliga provåkare som använt kortet själva

# Uppföljning provåkare – Resvanor

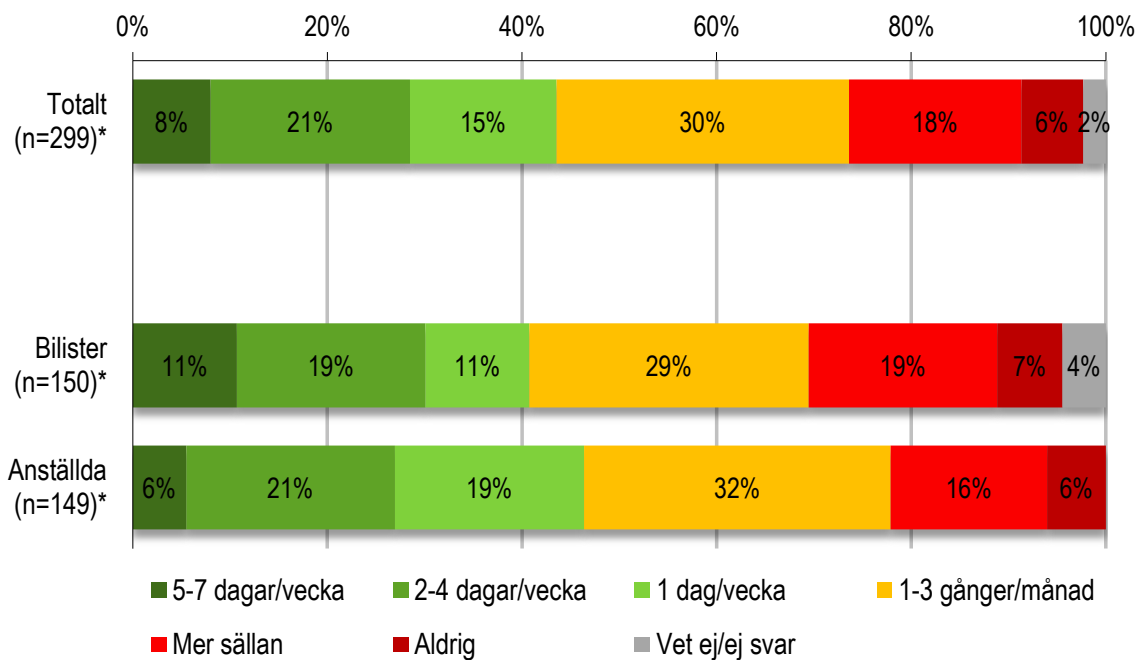
*Reser du mer eller mindre med SL idag efter att du fått prova på, jämfört med tiden innan provåkningen påbörjades?*



25 % av de som hade använt sitt provåkar-kort, uppgav att de har ökat sitt kollektiva resande efter kampanjen.

# Uppföljning provåkare – Resvanor

*Hur ofta reser du med SL idag?*



29 % av samtliga personer som har svarat på undersökningen, reser med SL mellan 2 och 7 dagar/vecka.

\* Samtliga som har svarat på undersökningen

- 2 223 st adresserade utskick till bilägare skickades ut vecka 34, med en påminnare vecka 35.
- Ca 3 800 st e-post skickades ut till anställda vid Tyresö Kommun samt till registrerade privatpersoner vecka 34.
- 85 % hade uppmärksammat kampanjen. Av dessa:
  - Hade 82 % även öppnat och läst utskicket. Av dessa:
    - Kunde 58 % tänka sig att utnyttja erbjudandet.
- Svarsfrekvensen för kampanjen var hög – 43 % som fick det adresserade utskicket valde att svara på det, antingen via blankett eller webb.
- Totalt fick 860 st slutligen chansen att prova på.
- 82 % av provåkarna använde sitt kort. Av dessa:
  - Upplevde 15 % att det var enklare än förväntat att resa med SL.
  - Kunder 80 % tänka sig att rekommendera SL till vänner och bekanta.
  - Hade 25 % ökat sitt resande jämfört mot tidigare.
- Av samtliga respondenter reser 29 % frekvent (2–7 dagar/vecka) idag.

## Antal nya kunder

250 st\*

## Inbringar kronor/år

250 st x 4 000 kr = 1 000 000 kr/år

## CLV (Customer Lifetime Value)

1 000 000 kr x 5,2 år = 5 200 000 kr

## Antal nya resor/år

250 nya kunder x 325 delresor = 81 250 delresor/år

# Resultat – Estimat jämfört med resultat

	Resultatestimant	Faktiskt resultat
<b>Antal inkomna svar</b>	1 550 st	1 456 st
<b>Provåkare</b>	630 st	860 st
<b>Nya kunder</b>	130 st	250 st
<b>Intäkter/år</b>	520 000 kr/år	1 000 000 kr/år