

RODAG

ReizigersOverleg Drechtsteden Alblasserwaard Gorinchem

Qbuzz DMG

De heer H. [REDACTED]

Per mail

Blaricum, 4 september 2023.

betreft: *advies Marketingplan 2024 DMG*

CC: K. [REDACTED] en R. [REDACTED], provincie Zuid-Holland

Geachte heer Brüheim,

We hebben uw adviesaanvraag Marketingplan 2024 DMG ontvangen. Hiermee brengen wij advies uit op het marketingplan.

We constateren dat u een ambitieus groeiplan heeft om 7% reizigersgroei in 2024 te realiseren. Verder wilt u meer spreiding in het reisgedrag over dagen en tijdstippen realiseren. Tot slot wilt u de klantreis van Qbuzz in kaart brengen. Vooral het eerste vergt een zeer forse inspanning om te realiseren. We vragen ons wel af in hoeverre de 7% groei te matchen valt met uw aanbod qua vervoer zoals verwoordt in het vervoerplan 2024 en waar u dan specifiek die groei verwacht. Het lijkt er nu meer dat u iedereen wil bereiken om dat voor elkaar te krijgen.

We constateren dat u streeft naar een compleet pakket. Dat pakket bestaat uit een aantal campagnes per maand, een transitiecampagne om over te stappen om het nieuwe OV-betalen en een aantal ondersteunende campagnes. Ook maakt u onderscheid tussen verschillende doelgroepen namelijk huidige reizigers, reizigers die niet of minder reizen etc. Uit de plannen wordt niet duidelijk welke doelgroep hiervan u beoogt met de verschillende acties.

Verder waarderen we de actie Kids Gratis. In het verleden, zijn er acties geweest voor zomerdagkaarten, welke in de praktijk door de prijs er grofweg voor zorgden dat de prijs voor de reis van de kinderen in een gezin verviel. Deze waren érg succesvol in het aantrekken van gezinnen om het OV te gebruiken. We adviseren om de actie Kids Gratis in vakantieperiodes te houden. Dus voorjaarsvakantie, meivakantie, zomervakantie etc. Vooral de zomermaanden zijn geschikt, omdat ouders met warm weer erop uit trekken met hun gezin. Een dergelijke actie in januari vinden wij minder geschikt.

De actie Reisjerond is in de maand juni gepland en heeft als doelgroep gezinnen met kinderen. De maand juni achten we niet zinvol, omdat de vakantiemaanden voor onze regio juli en augustus 2024 zijn. We adviseren hier rekening mee te houden.

Verder wordt niet duidelijk of dat alles bij elkaar voor 7% meer reizigersgroei kan zorgen en of dienen er meer of andere inspanningen gedaan te worden.

Dieper ingaand op de campagnes per maand individueel dan zien die er goed uit.

We hebben wel een opmerking van meer technisch aard. Deze zomer heeft u het reisjerond abonnement geïntroduceerd. Het is een actie waarmee er in de kindervakanties en het weekeind met 50% korting gereisd kan worden op de Merwedelingelijn en de bussen binnen het gebied. De voorwaarden zijn wel dat de reiziger het (gratis) kortingsproduct op een persoonlijke kaart zet en dat reiziger geen NS flex abonnement daar op heeft staan. Dat betekent dat er barrières opgeworpen worden voor consumenten die nieuw zijn en het OV overwegen en voor consumenten met een NSflex abonnement op hun OV-chipkaart. Hierdoor zijn er verschillende consumentengroepen die het product minder snel nemen en minder snel Qbuzz proberen. Daar komt bij dat met de transitie naar OVpay het kan gebeuren dat een reiziger mogelijk dezelfde problemen ondervindt bij het zetten van het product op een opvolger van de OV-chipkaart. In het marketingplan wordt hier geen rekening mee gehouden qua communicatie. Dat is een zorg omdat u de ambitie uitgesproken heeft om op korte termijn nieuwe klanten te werven.

Verder constateren we dat er wel gekeken wordt naar profielen van inwoners, maar niet duidelijk is dat u voldoende onderscheid maakt tussen de regio's bij het opstellen van die profielen. Het profiel van een inwoner van Dordrecht is een andere dan die van een inwoner van de Alblasserwaard.

Tot slot merken we op dat een betrouwbare uitvoering van de dienstverlening van essentieel belang is om de genoemde acties te laten slagen.

Het geheel overziend adviseren wij om marketingplan wat meer te doordenken en uit te werken. We wensen u succes met de uitvoering hiervan.

We verwachten hiermee een constructieve bijdrage te leveren aan het OV in het DMG-gebied.

Met vriendelijke groet,


A. Bruggeman
voorzitter RODAG