

Factsheet Pull-Vermarktung.

Ihre Integration des gemeinsamen
Freizeitangebots.

In diesem Factsheet finden Sie
nützliche Hinweise zur Integration
unseres gemeinsamen
Angebots.

Dans cette fiche d'information,
vous trouverez des conseils
utiles sur l'intégration de notre
offre commune.

In questa scheda troverete infor-
mazioni utili sull'integrazione
della nostra offerta congiunta.

Pull-Vermarktung: Ihre Integration des gemeinsamen Angebots.

Mit Ihrem Key Account Manager von RailAway haben Sie sich auf eine Auswahl an Massnahmen innerhalb Ihrer Vermarktungskanäle geeinigt:




Weisen Sie in **Hit-Monaten** auf den ÖV-Hit zum Angebot hin.

Informieren Sie **in den anderen Monaten** zur ÖV-Anreise und zum RailAway-Angebot.

Sie erreichen eine zielgruppengerechte Vermarktung ausserhalb des ÖV-Umfelds.

Timing.

Integration.

-  **Empfehlung:** Setzen Sie die Integration des Hits während den ersten 14 Tagen der ÖV-Hit-Monate an.
-  **Option:** Publizieren Sie frühestens 15 Tage vor Beginn des Hit-Monats.
-  Sie möchten früher kommunizieren? Bitte nehmen Sie Kontakt mit Ihrer Ansprechperson bei RailAway auf.

Reporting.

Senden Sie Ihren Report zu den umgesetzten Massnahmen idealerweise 15 Tage nach dem ÖV-Hit dem Key Account Manager zu.

Inhalt und Rabattkommunikation.

ÖV-Hit.

- Bringen Sie Ihren Kund:innen den ÖV-Hit näher und verwenden Sie für den ÖV-Rabatt die Formulierung «bis zu 50% Rabatt». Erwähnen Sie die Rabatte auf Anreise und Freizeitleistung.
- Betten Sie, wo möglich, den Gültigkeitszeitraum des ÖV-Hits und den Shortlink zum Angebot ein. Hinterlegen Sie den Trackinglink.

Basisintegration.

- Weisen Sie auf Ihrer Webseite auf die ÖV-Anreise und auf die Vergünstigungen des RailAway-Angebots im Allgemeinen hin. Keine Rabattangabe nötig.
- Diese Integration bedarf keiner Anpassung bei einem Wechsel vom Standard- zum Hit-Angebot.

 Nutzen Sie die zur Verfügung gestellten Materialien als Inspiration oder als Vorlage.

Wichtiger Hinweis.

Die Kommunikation eines expliziten Rabatts (z.B. «bis zu 50% Rabatt») bedarf einer Preisaufschlüsselung auf der Ziel-URL, die Kund:innen erläutert, wie sich der Preis zusammensetzt. Auf den Angebotsseiten von SBB RailAway ist dies gewährleistet.

Leiten Sie von einem Werbemittel auf eine eigene Landingpage zum «RailAway-Hit», stellen Sie bitte die Preisaufschlüsselung sicher. Gerne stehen wir bei Fragen unterstützend zur Seite.

Hilfsmittel & Vorlagen

Mit diesen Unterlagen möchten wir Sie unterstützen:

Textvorlagen

für Webseitenintegrationen und zur Inspiration für weitere Massnahmen.

Media-Kit

mit Logo, Bildmaterial und Beispielen für Integrationen.

Störer-Elemente

zur Darstellung von Angebot und Rabatt.

Die Trackinglinks sowie den Shortlink zur Angebotsseite erhalten Sie von uns. Sie finden beides im Dokument «Übersicht Gegenmassnahmen».



Brand.

Brand.

Bitte beachten Sie in Ihrer Integration bei der Erwähnung unserer Brand die korrekte Verwendung der Wortmarke und des Logos:

- SBB RailAway
-  **SBB CFF FFS**
RailAway
- Railaway, RailAway-Kombi, SBB

Naming.

Berücksichtigen Sie, dass das Angebot verschiedene Ausprägungen enthält. Wählen Sie in der Kommunikation die entsprechende Bezeichnung:

- Railaway-Hit
für Angebote ab 30% Rabatt.
- Railaway-Angebot
für Angebote mit <20% Rabatt.
- Snow'n'Rail Davos Klosters
Art'n'Rail Fondation Beyeler etc.

Checkliste zur Unterstützung.

ÖV-Hit integriert.

Basisintegration des Angebots ohne expliziten Rabatt.

Trackinglinks hinterlegt, wo es technisch umsetzbar ist.

Bei allen weiteren Massnahmen den Shortlink abgebildet.

ÖV-Rabatt immer mit «bis zu 50% Rabatt» kommuniziert.

Gültigkeitsdatum angegeben.

Angebotsnaming und Brand berücksichtigt.

Bei vorzeitiger Kommunikation (> 15 Tage vor Beginn Hit-Monat): Kontakt mit RailAway aufgenommen.

Communication «pull»: intégration de l'offre commune.

Avec votre Key Account Manager de RailAway, vous avez convenu d'une sélection de mesures pour vos canaux de communication:






Communiquez activement l'offre pendant les mois définis comme «Hit transports publics».

Les autres mois, indiquez à vos clients comment se rendre en transports publics et mentionnez l'offre RailAway.

Grâce cette intégration, vous atteignez une clientèle en dehors de l'univers des transports publics.

Timing.

Intégration.

-  **Conseil:** communiquez l'offre «Hit transports publics» pendant les 2 premières semaines des mois définis.
-  **Option:** commencez vos publications au plus tôt 15 jours avant le début du mois.
-  Vous souhaitez communiquer plus tôt? Discutez-en avec votre interlocuteur chez RailAway.

Reporting.

Afin d'évaluer les mesures, nous vous demandons de nous faire parvenir les résultats dans le formulaire défini, idéalement 15 jours après la fin de l'offre.

Contenu et indication des réductions.

Hit transports publics.

- Présentez le «Hit transports publics» à votre clientèle en utilisant la formulation «Jusqu'à 50% de réduction sur le trajet en transports publics». Mentionnez les réductions sur le trajet et votre entrée!
- Mentionnez si possible la période de validité de l'offre et le lien court vers l'offre. Ajoutez le lien de suivi (tracking url) que nous vous avons fourni.

Intégration de l'offre de base.

- Indiquez sur votre site internet comment se rendre en transports publics et mentionnez les avantages proposés par RailAway. Il n'est pas nécessaire d'indiquer les réductions.
- Cette intégration n'exige aucune adaptation en cas de passage de l'offre standard à l'offre «Hit transports publics».

 Utilisez les supports mis à disposition comme modèle ou inspiration.

Remarque importante.

La communication d'une réduction explicite (par exemple «Jusqu'à 50%») exige légalement une explication détaillée du prix indiqué. Cette condition est remplie en indiquant l'url des pages d'offres de RailAway CFF.

En cas de redirection d'un support publicitaire vers une page de votre site internet dédiée au «Hit RailAway», veuillez-vous assurer que les prix y sont détaillés. Nous nous ferons un plaisir de répondre à vos questions.

Outils et modèles.

Pour vous aider, nous mettons à votre disposition les supports suivants:

Modèles de textes

à intégrer sur votre site Internet ou comme exemple pour d'autres mesures.

Kit média

logo, illustrations et exemples d'intégration.

Pavés

pour la présentation des offres et réductions.

Nous vous fournissons les liens de suivi et le lien court vers la page d'offres. Vous trouverez ces derniers dans le document «Mesures de contreprestations».



Marque.

Marque.

Dans le cadre de cette intégration, veuillez à utiliser correctement la marque et le logo:

- RailAway CFF
-  **SBB CFF FFS**
RailAway
- Railaway, CFF

Dénomination.

Veillez tenir compte du fait que l'offre se décline en plusieurs variantes. Voici les dénominations correctes à intégrer dans vos communications:

- Hit RailAway:
concerne les offres à partir de 30% de réduction.
- Offre RailAway:
offre avec au moins 20% de réduction.
- Snow'n'Rail Davos Klosters
Art'n'Rail Fondation Beyeler etc.

Check-list.

Offre « Hit transports publics » intégrée.

Intégration de base de l'offre sans réduction explicite.

Liens de suivi inclus (si possible technique-ment).

Lien court intégré pour toutes les autres mesures.

Réduction sur les transports publics toujours communiquée avec la mention «Jusqu'à 50% de réduction».

Date de validité indiquée.

Dénomination de l'offre et marque prises en compte.

En cas de communication anticipée (> 15 jours avant le début du mois défini): contact pris avec RailAway.

Marketing PULL: la vostra integrazione dell'offerta congiunta.

Avete concordato una serie di misure all'interno dei vostri canali di marketing con il vostro Key Account Manager RailAway:






Nei mesi con offerte «Hit» per i trasporti pubblici, attirare l'attenzione su di esse.

Negli altri mesi, fornire informazioni sul viaggio con i trasporti pubblici e sull'offerta RailAway.

Realizzerete un'operazione di marketing mirata al gruppo target in un contesto diverso da quello dei trasporti pubblici.

Tempistiche.

Integrazione.

-  **Suggerimento:** prevedete l'integrazione dell'offerta «Hit» per i trasporti pubblici nei primi 14 giorni dei mesi in cui ne è prevista una.
-  **Opzione:** pubblicate l'offerta «Hit» al più presto 15 giorni prima dell'inizio del mese dell'offerta.
-  Volete comunicare l'offerta ancora prima? Contattate la vostra persona di riferimento RailAway.

Reporting.

Inviare il vostro report sulle misure adottate al Key Account Manager preferibilmente 15 giorni dopo il mese dell'offerta «Hit».

Contenuto e comunicazione degli sconti.

Offerta «Hit» per i trasporti pubblici.

- Fate conoscere ai vostri clienti l'offerta «Hit» e utilizzate la formula «fino al 50% di sconto» in riferimento allo sconto sui trasporti pubblici. Menzionate gli sconti sul viaggio e sulla prestazione per il tempo libero.
- Se possibile, includete il periodo di validità dell'offerta «Hit» e lo shortlink relativo a essa. Inserite il link di tracciamento.

Integrazione di base.

- Sul vostro sito web, richiamate l'attenzione sul viaggio con i trasporti pubblici e sui vantaggi dell'offerta in generale. Non è necessario fornire indicazioni sullo sconto.
- Questa integrazione non richiede alcuna modifica in caso di passaggio da un'offerta standard a una «Hit».

 Utilizzate i materiali messi a disposizione come fonte di ispirazione o come modello.

Nota importante.

La comunicazione esplicita di uno sconto (ad es. «fino al 50% di sconto») richiede un'ulteriore descrizione dei prezzi nell'URL di destinazione che spieghi alla clientela come si compone il prezzo. Queste informazioni sono garantite sulle pagine delle offerte RailAway FFS.

In caso di reindirizzamento da un mezzo pubblicitario a una vostra landing page sull'offerta «Hit RailAway», vi preghiamo di assicurarvi che i prezzi siano indicati nel dettaglio. Siamo a vostra disposizione per chiarimenti.

Supporti e modelli.

Siamo lieti di potervi aiutare con i documenti seguenti:

Modelli di testo

per l'integrazione nel sito web e come fonte di ispirazione per ulteriori misure.

Kit per i media

con logo, immagini ed esempi.

Elementi di richiamo

per la rappresentazione dell'offerta e dello sconto.

Sarà nostra cura inviarvi i link di tracciamento e lo shortlink alla pagina dell'offerta. Li troverete nel documento «Übersicht Gegenmassnahmen» (Panoramica contromisure).



Brand.

Brand.

Quando effettuate l'integrazione e citate il nostro brand, vi preghiamo di fare attenzione a usare correttamente il marchio denominativo e il logo:

- ✓ RailAway FFS
- ✓  **SBB CFF FFS**
RailAway
- ✗ Railaway, FFS

Naming.

Tenete conto che esistono diverse versioni dell'offerta. Nella comunicazione, utilizzate la denominazione corrispondente:

- ✓ Hit RailAway
per offerte con sconto dal 30% in su.
- ✓ Offerta RailAway
per offerte con sconto inferiore al 20%.
- ✓ Snow'n'Rail Davos Klosters
Art'n'Rail Fondazione Beyeler ecc.

Checklist.

Offerta «Hit» integrata.

Integrazione di base dell'offerta senza riferimento esplicito allo sconto.

Link di tracciamento inseriti, laddove è tecnicamente possibile farlo.

Per tutte le altre misure, shortlink visualizzato.

Sconto per i trasporti pubblici comunicato sempre con la formula «fino al 50% di sconto».

Data di validità indicata.

Naming dell'offerta e riferimenti al brand corretti.

In caso di comunicazione anticipata (> 15 giorni prima dell'inizio del mese dell'offerta «Hit»): preso contatto con RailAway.