

Check-list pour la commercialisation «pull».

Calendrier.

La communication sur les offres phares des transports publics devrait avoir lieu au cours des **deux premières semaines du mois**.

Si l'**offre phare des transports publics est communiquée plus tôt**, la mention suivante doit impérativement être intégrée et aucun appel à l'action contenant la formulation «dès maintenant» ne peut être utilisé.

→ Remarque: Valable pour les voyages effectués durant le **mois de l'offre phare des transports publics**. Réservez dès le **premier jour de l'offre phare des transports publics** sur **lien court**.

→ Exemple: valable pour les voyages effectués en **janvier 2025**. Réservez dès le **1er janvier 2025** sur cff.ch/snr-flumserberg.

Le **rapport** sur les mesures mises en œuvre devrait idéalement être archivé sur le SharePoint commun **15 jours après la fin de l'offre phare des transports publics**.

Contenu de la communication.

Communiquer la **réduction sur la prestation des transports publics** avec la mention «**Jusqu'à xy%** de réduction» en vertu de l'ordonnance sur l'indication des prix.

Outre la réduction sur la prestation de transports publics, mentionner également la réduction sur l'activité de loisirs.

Idéalement, communiquer la **période de validité** de l'offre.

Pour respecter le **branding de RailAway**, tenir compte des choses à faire et à ne pas faire indiquées dans notre [fiche d'information](#).

Vous trouverez également d'autres conseils et modèles dans [cette dernière](#).

Liens.

Intégrer les liens de suivi dans **toutes les mesures** où cela est **techniquement réalisable**.

Intégrer le **lien court** pour toutes les autres mesures.

Vous trouverez les **liens de suivi et les liens courts** dans le document «**Aperçu des contre-mesures – évaluation de la planification média**» sur notre SharePoint commun.