

Příloha č. 8 dokumentace nabídkového řízení

-

Požadavky Objednatele na provozně - marketingovou koncepci

(přílohu zpracuje dodavatel)

Objednatel požaduje, aby dopravce v rámci provozně - marketingové koncepce předložil minimálně tyto informace:

Příloha bude zpracována v rozsahu 10 - 50 normostran (jedna normostrana představuje 1.800 znaků včetně mezer). Maximální rozsah přílohy činí 50 stran formátu A4 (včetně obrázků, tabulek a grafů).

Provozní koncepce:

- základní charakteristika provozu na jednotlivých tratích
- počet vozidel a jejich základní parametry, nasazení dle jednotlivých tratí (hlavní a doplňkové výkony, vozidla použita nejdéle v prvních třech letech provozu a po tomto období)
- kapacita jednotlivých spojů
- jízdní řády a respektované přestupní vazby
- provozní ošetření vozidel
- zajištění oprav vozidel
- koncepce údržby vozidel
- systém řízení provozu
- řízení a eliminace provozních nepravidelností
- opatření při překročení kapacity
- zajištění přepravy osob s omezenou schopností pohybu a orientace
- přeprava jízdních kol
- náhradní autobusová doprava
- personální zajištění (organizační struktura, plánované počty pracovníků, požadavky na personál, školení, vybavení personálu, motivační programy)

Marketingová koncepce:

- obecné informace k zajištění kvality služeb
- informace o jízdních řádech vč. informací o přepravě jízdních kol, osob se ztíženou schopností pohybu a orientace
- marketingová strategie a její nástroje, objednatel doporučuje zahrnout:
- marketingový plán pro naplnění cílů marketingové strategie (konkrétní opatření)

Do marketingové strategie doporučuje objednatel zahrnout:

- komunikaci ve vztahu k cílovým skupinám v médiích vč. elektronických médií se zaměřením na sociální sítě a on-line informace,
- vytipování stakeholderů
- vliv železnice jako rozvojového prvku regionu
- vzhled vozidel, design manuál včetně návrhu uniforem dopravce
- informace o dopravním spojení a aktuálním stavu dopravy vč. cizojazyčných informací,
- propagační akce při příležitosti představení novinek v dopravě či významných výročí tratí,
- časový harmonogram propagace a komunikace s veřejností a dalšími stakeholdery
- propagace, informační stánky v souvislosti s významnými společenskými událostmi (např. městské slavnosti, hudební festivaly...)
- pravidelné anketní marketingové průzkumy zjišťující skutečné potřeby cestujících,
- jednotné nátěry vozidel s logem Jihočeského kraje,
- tarifní řešení a možnosti tarifních výhod,
- spolupráci s ostatními dopravci v regionu
- možnost podílet se na propagaci IDS JK a jízdenky JIKORD plus, případně jiné obdoby celokrajské jízdenky
- informování o návazných autobusových spojích a MHD
- spolupráce s objednateli městské hromadné dopravy (tarif, návaznosti spojů, vzájemná propagace
- spolupráce s objednatelem dálkové železniční dopravy (tarif, návaznosti spojů, vzájemná propagace