



ARS | Traffic & Transport Technology

SLIM Prijzen

Stadsregio Arnhem Nijmegen

Marketing- en Communicatieplan



Rijdt u regelmatig over de Waalbrug Nijmegen in? Word dan nu een Slimme Reiziger, mijd de spits en verdien € 4,- per extra gemeden spits.

Meld u aan op www.slimprijzen.nl



ARS Traffic & Transport Technology BV

Leidschendam, 26 november 2009

ARS T&TT Dr. J.H. Linssen Algemeen Directeur	Datum: Handtekening:
--	-------------------------

Inhoudsopgave

1	Inleiding.....	3
2	Algemeen	5
2.1	Visie	5
2.2	Communicatiemiddelen	6
2.3	Bijdragen Stadsregio	11
2.4	Optimale tijdsduur	12
2.4.1	Helpdesk	13
2.4.2	SLIM team	14
2.5	Website.....	14
3	Werving	16
3.1	Doelgroepen en aanpak per groep	16
3.1.1	Werving potentiële deelnemers.....	16
3.1.2	Werving Leaserijders (via leasemaatschappijen).....	17
3.1.3	Werving bedrijfsautorijders.....	17
3.1.4	Werving via werkgevers	17
3.2	Werven bestaande deelnemers.....	17
3.3	Aanpak verloop	18
3.4	Aanvullende maatregelen voor optimalisering werving.....	18
4	Vasthouden.....	19
4.1	Blijvende binding	19
4.2	Vasthouden deelnemers	20
4.3	Binden werkgevers.....	21
4.4	Belonen werkgevers	21
4.5	Beloningsarrangementen.....	22
5	Publiciteit	23
6	Privacybeleid.....	24

Afkortingen	
ANPR	Automatic Number Plate Recognition
CRM	Customer Relation Management
DRIP	Dynamisch Reis Informatie Paneel
HW	Hardware
NAW	Naam/adres/woonplaats
OG	Opdrachtgever
ON	Opdrachtnemer
OBU	On Board Unit
PDA	Personal Digital Assistant
PvE	Programma van Eisen uitgegeven door OG
SW	Software
VAS	Value Added Service

1 INLEIDING

Eisen

P42.01✓
P42.02✓
P42.03✓
P42.04✓

P50.01✓
P50.02✓
P50.03✓

De belangrijkste factor voor het welslagen van belonings- en beprijzingsmaatregelen zoals SLIM Prijzen is het aantal deelnemers dat kan worden geworven en de motivatie van deelnemers om hun rijgedrag (blijvend) aan te passen. Bij deze Spitsmijden maatregelen is de technische aanpak een voorwaarde om registraties en financiële transacties goed te laten verlopen, maar is een goed marketingconcept van essentieel belang om voldoende spitsmijdingen te realiseren.

SLIM Prijzen is opgezet als een raamcontract van 4 jaar, waarbinnen diverse mobiliteitsmaatregelen zullen worden uitgevoerd, te beginnen met Regio Ring. Het Marketing & Communicatieplan is daarom niet alleen gericht op het werven en motiveren van deelnemers, maar ook op het vasthouden van deelnemers gedurende de gehele contractperiode. Dit betekent dat er ook tussen de maatregelen door (standby-periode) frequent contact zal zijn met de deelnemers, via onder andere de VAS diensten (die in gebruik blijven), de Nieuwsbrieven, de website (met steeds nieuwe informatie), Tevens blijft de Helpdesk operationeel en ook telefonisch bereikbaar in deze periodes.

Er zijn reeds meerdere Spitsmijden-achtige projecten in Nederland met succes uitgevoerd met deelnemersaantallen variërend van 3.000 tot 6.650 (SLIM Prijzen Waalbrug). In het huidige project worden tot 15.000 deelnemers gewenst, en deze deelnemers moeten een OBU in hun auto laten inbouwen (meer belastend).

Het is daarom noodzakelijk om de werving en communicatie een significante stap verder te brengen dan tot nu toe toegepast. ON heeft daartoe afspraken gemaakt met:

- **Bureau XYZ (Mw. Herma Hulst)** Het communicatiebureau XYZ, onder leiding van Herma Hulst, zal zich met name bezighouden met het opstellen van pakkende wervingsbrieven en mailings naar deelnemers en het ontwikkelen van de huisstijl voor het project SLIM Prijzen.
- Een Reclameadviesbureau (**de O-Groep**) om naast de communicatieadviseur met creatieve, effectieve ideeën te komen om de werving, het spitsmijden en het vasthouden voor het project te versterken.
- De **Rijksuniversiteit Groningen, Faculteit Gedrags- en Maatschappijwetenschappen, (Prof. L. Steg)** om beter inzicht te krijgen in de psychologische drijfveren waarom iemand mee zou doen en waarom hij de spits zou mijden, zodat veel beter op deze drijfveren kan worden ingespeeld.
- **Bureau Dijksterhuis & van Baaren (Dr. Rick Van Baaren)** om te zorgen dat de bestaande automobilisten, die meedoen aan SlimPrijzen, ook na afloop van de beloningsperiode de spits blijven mijden. De juiste communicatie met de juiste argumenten is cruciaal om deelnemers te bewegen ook na de beloning hun gedrag te blijven volhouden. Dijksterhuis&van Baaren heeft veel ervaring in het duurzaam teweeg brengen van gedragsveranderingen.

ON is er van overtuigd dat met inzet van deze kennis en ervaring een maximaal grootte deelnemersgroep is te werven. Overwegende dat de groep van potentiële deelnemers erg groot is (automobilisten op alle delen van de RegioRing, niet slechts op één locatie), dat de deelnemers ook een aantal zeer interessante VAS diensten krijgen aangeboden en dat de communicatie sterk verbeterd wordt met bovenstaande kennis en ervaring, verwacht ON dat zelfs meer dan 15.000 deelnemers mogelijk zijn. Dit betekent dat OG een selectie kan maken uit de aangemelde deelnemers om die deelnemers te selecteren die het meest effectief zijn voor de diverse deelprojecten.



Eisen
S10.01✓
S10.02✓

Dit document is het concept Marketing- en Communicatieplan. ON stelt voor dit plan spoedig na contractgunning in detail met OG door te spreken en waar gewenst op onderdelen aan te scherpen. Op basis van dit overleg zal de definitieve versie aan OG worden overhandigd. Nadat OG heeft aangegeven hier mee akkoord te gaan zal de werving van deelnemers aanvangen. Het Marketing- en Communicatieplan zal regelmatig worden geactualiseerd en aangepast op nieuwe mobiliteitsmaatregelen die OG treffen na het project Regio Ring. Behalve het Marketing- en Communicatieplan heeft ON als onderdeel van de inschrijving ook een Plan van Aanpak en een VAS-plan ingediend.

2 ALGEMEEN

2.1 Visie

Doel van de communicatie is allereerst om zoveel mogelijk deelnemers te werven en deze deelnemers zoveel mogelijk de spits te laten mijden om een zo groot mogelijk bereikbaarheidseffect te realiseren. Daarnaast is een goede communicatie belangrijk om een positief imago te creëren bij deelnemers, leasemaatschappijen, werkgevers, het publiek en media. Negatieve publiciteit zal het project sterk verstoren en draagt niet bij aan een grotere acceptatie van ABvM. Communicatie is tevens van belang om opdrachtgever en andere overheden te informeren omtrent de mogelijkheden en resultaten van dit project.

Met de deelnemers wordt professioneel, zorgvuldig en intensief gecommuniceerd door zowel uitnodigingsbrieven, website, helpdesk, nieuwsbrieven, publieke media en waar mogelijk ook via de werkgevers en leasemaatschappijen. Steeds wordt in de communicatie rekening gehouden met de belangen van de ontvanger (wat zijn de voordelen (en nadelen) voor de deelnemers, de werkgevers, etc.).

Zoals in de inleiding beschreven is het nodig (en mogelijk) om de tot nu toe gebruikte communicatie concepten en middelen sterk te verbeteren en daarmee veel betere resultaten te bereiken.

Een belangrijk aspect van de communicatie betreft het wijzen van (potentiële) deelnemers op de mogelijke beloning bij deelname van SLIM Prijzen en op alternatieven voor het rijden in de spits op de Regioring die het verdienen van deze beloning mogelijk maken. Keuzes zijn:

1. Andere tijd reizen (eerder, later).
2. Andere route (omrijden).
3. Andere auto kiezen (carpoolen).
4. Andere modaliteit (OV, fiets).
5. Andere locatie (thuis werken).

In de communicatie worden deze keuzes bewust gestimuleerd. Deelnemers krijgen ook de beschikking over geavanceerde VAS diensten, die deze keuzes verder ondersteunen, in wezen is dat ook een vorm van communicatie (en een heel intensieve) naar de deelnemers.

Om deelnemers te behouden is de communicatie professioneel, maar tevens zo vriendelijk en transparant mogelijk. Deelnemers vinden het prettig om deel te nemen en ervaren vele positieve prikkels, ook in de communicatie. De aangeboden VAS diensten zijn ook een bindmiddel en een reden voor de deelnemers om deel te blijven nemen, ook tussen deelprojecten in.

De communicatie is het meest effectief (en blijvend effectief) als deze is toegespitst op de redenen waarom een potentiële deelnemer eventueel mee zou doen (en waarom niet). Mensen verschillen en verschillende mensen hebben verschillende redenen om mee te doen. De belangrijkste zullen zijn:

- De met spitsmijden te verdienen beloning.
- Sociale motieven, zoals verbeteren van het leefmilieu.
- Verhoging eigen comfort en verminderen stress door buiten de spits te gaan reizen of thuis te blijven.
- De groep van VAS diensten die aangeboden worden.
- Nieuwsgierigheid naar SLIM Prijzen en/of naar innovaties (in het verkeer) in het algemeen.



Figuur 1: ON ondersteunt via geavanceerde en gepersonaliseerde VAS-diensten alle alternatieven.

- Willen meedoen aan een succesvolle ontwikkeling (erbij willen horen).
- Verhoging eigen imago (trots zijn om mee te doen).
- De extra incentives die worden geboden:
 - o € 100,- voor ieder honderdste deelnemer.
 - o 200 smartphones verloten onder de deelnemers.
 - o € 200,- voor de SLIM Prijzen Reiziger van de maand.
 - o € 25,- voor het aanmelden van een andere deelnemer.

Een aantal van deze argumenten zijn ook duurzaam (werken ook zonder financiële prikkels door). De communicatie is er mede opgericht om dit te maximaliseren. In een nameting na Re-gioRing zal dit ook nader worden onderzocht.

De belangrijkste redenen om niet deel te nemen zijn:

- De deelnemer heeft geen flexibele werktijden.
- De deelnemer is tijdsgebonden zijn/haar kinderen naar school, crèche te brengen en halen.
- Er zijn geen redelijke alternatieven (OV, andere route, carpool).
- Is principieel tegen het Spitsmijden concept.
- Laksheid, men 'vergeet' zich aan te melden (uit onderzoek is gebleken dat dit voor zo'n 25% van de aangeschreven mannen geldt).
- Wil geen OBU of andere apparatuur in de auto.
- Wil niet dat zijn posities bekend worden bij het project.
- Andere privacy redenen.
- Angst voor problemen op het werk als werkgever deelname te weten komt.

In de communicatie naar vooral deelnemer en werkgevers wordt ook aandacht gegeven aan deze redenen met het doel ze weg te nemen of zoveel mogelijk te verminderen.


2.2 Communicatiemiddelen



Onderstaand tabel geeft een overzicht van communicatiemiddelen die ON voor de werving van deelnemers en het stimuleren van spitsmijden gaat inzetten.


Communicatie-middel	Medium	Doelgroep	Boodschap
• Wervingsbrief	Post	Potentiële deelnemers	Uitnodiging tot deelname. Inclusief voordelen daarvan.
• Welkomstpakket	Post	Nieuwe deelnemers	Uitnodiging voor OBU inbouw, de contractvoorwaarden, inloggegeven persoonlijk portal website en het deelnemershandboek SLIM Prijzen.

Communicatiemiddel	Medium	Doelgroep	Boodschap
<ul style="list-style-type: none"> Nieuwsbrief 	Email	Deelnemers	<p>Wekelijks interessante items zoals ervaringen van andere deelnemers, actuele wegwerkzaamheden, alternatieve vervoersmogelijkheden, effecten van de SLIM Prijzen maatregel, benoeming van SLIM Prijzen Reiziger van de maand. ON verstuurt ook tussen SLIM Prijzen deelprojecten door nieuwsbrieven om blijvende binding te realiseren.</p>  <p><i>Figuur 2: aankondiging wegwerkzaamheden in de SLIM Prijzen nieuwsbrief</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> Overige mailings 	Email	Deelnemers	<p>Dit betreft o.m.: bevestigingsmail bij aanmelden, de herinneringsmails aan aanmelders die hun activering tot deelnemer nog niet hebben gedaan, herinneringen bij niet invullen van enquêtes, verzoek om informatie als een OBU geen signalen meer geeft, mailings bij bijzonder gebeurtenissen, etc.</p> <p>Mailings gaan naar alle deelnemers, naar een sub-groep of naar een individuele deelnemer.</p>
<ul style="list-style-type: none"> SLIM Prijzen Card 	Leden kaart	Deelnemers	<p>Alle deelnemers krijgen een ledenkaart (creditcard-formaat) met onder ander hun naam en lid-nummer. Dit vergroot de binding met het project, maakt het gemakkelijker zich bij de helpdesk te identificeren (via het nummer), maakt het makkelijker zich te identificeren bij bijvoorbeeld carpool-afspraken.</p>
<ul style="list-style-type: none"> Webwinkel 	Internet	Deelnemers	<p>Deelnemers kunnen in een webwinkel een aantal mobiliteitsgerelateerde producten tegen gereduceerde kosten aanschaffen met hun opgebouwde beloning. Producten zijn bv. een smartphone, NS Business Card, OV-kaartjes, etc. Op deze manier wordt de waarde van de op te bouwen beloning vergroot.</p>
<ul style="list-style-type: none"> SLIM Prijzen Reiziger van de maand (€ 200,-) 	Nieuwsbrief	Deelnemers	<p>Stimulans tot extra mijdingen.</p>
<ul style="list-style-type: none"> Folders/flyers 	SLIM team	Potentiële deelnemers	<p>Informereren en uitnodigen tot deelname.</p>
<ul style="list-style-type: none"> SLIM Website 	Internet	Potentiële deelnemers Deelnemers	<p>Deze site heeft de volgende functies:</p> <ul style="list-style-type: none"> Informatieportaal voor alle geïnteresseerden Informatieportaal voor deelnemers Loket voor aanmelding/inschrijving Overzicht beloningsrekening en verplaatsingsregistraties (beveiligd user portal)

Communicatiemiddel	Medium	Doelgroep	Boodschap
<ul style="list-style-type: none"> • SLIM helpdesk 	Telefoon Email Brief	Potentiële deelnemers Deelnemers	(potentiële) deelnemers met vragen of problemen op alle mogelijke disciplines adviseren.
<ul style="list-style-type: none"> • Nieuws items • Advertenties 	Pers	Potentiële deelnemers Deelnemers Werkgevers Derde partijen	<p>Van publicatiewaardige gebeurtenissen, zoals de start van een maatregel of het contracteren van een groot aantal deelnemers, worden persberichten opgesteld en naar diverse media rondgestuurd (kranten, radio, TV). Verder zal ON indien nodig als extra wervingsmaatregel adverteren in de lokale media.</p> <p><i>Figuur 3: Artikel FileMijden A16</i></p> 

Communicatiemiddel	Medium	Doelgroep	Boodschap
<ul style="list-style-type: none"> VAS-diensten 	Smartphone SLIM Website	Deelnemers	<p>Exclusief voor deelnemers aan SLIM Prijzen wordt door ON een pakket aan VAS diensten beschikbaar gesteld die persoonlijke en actuele verkeersinformatie, verkeersmanagementinformatie, beloningsinformatie, parkeerinformatie, wegwerkzaamhedeninformatie, etc. bevatten.</p> <p>Deze diensten helpen deelnemers doorlopend de spits te mijden. Het exclusieve karakter ervan geeft een extra stimulans om zich in te schrijven als deelnemer, collega's en bekenden die niet meedoen aan SLIM Prijzen kunnen deze services namelijk niet gebruiken.</p> <p>Tevens worden 200 smartphones verloot onder de deelnemers, zodat potentiële deelnemers een extra incentive hebben om zich aan te melden.</p> <p>Voor meer informatie mbt de VAS diensten die ON via website en Smartphones zal lanceren, wordt verwezen naar het separaat bij de inschrijving ingediende VAS plan.</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p><i>Figuur 4: geavanceerde en gepersonaliseerde VAS diensten aangeboden via o.m. Smartphone</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> Wervingsgesprekken met werkgevers Informatiepakketten tbv werkgevers 	SLIM team	Werkgevers	<p>Werkgevers worden verzocht binnen de organisatie zoveel mogelijk positieve aandacht aan SLIM Prijzen te geven en waar mogelijk potentiële deelnemers flexibelere werktijden toe te staan.</p>

Communicatie-middel	Medium	Doelgroep	Boodschap
<ul style="list-style-type: none"> Afstemming met mobiliteitsmakelaar 	SLIM team	Mobiliteitsmakelaar	<p>Er is al een groot aantal mobiliteitsinitiatieven gelanceerd in de regio en ON zal daarom deze initiatieven in de communicatie verdere bekendheid geven.</p> <p>Het betreft vooral maar niet uitsluitend:</p> <ul style="list-style-type: none"> Flexwerken Carpoolen Telewerken Fietsplan Passende OV alternatieven zoals Waalsprinter en andere geplande HOV buslijnen.  <p><i>Figuur 5: Waalsprinter</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> Billboards displays 	Wegkant	Potentiële deelnemers Deelnemers Werkgevers Derde partijen	<p>Via pakkende billboards en teksten op DRIPs en andere displays op strategische locaties (e.g. langs Regioring) wordt het grote publiek bekend gemaakt met de beloningsmaatregel. Het effect hiervan is een grotere response op wervingsbrieven en hogere bezoekersaantallen op de SLIM Prijzen website.</p>  <p><i>Figuur 6: voorbeeld van promotie via DRIP</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> Klankbordgroep 	Bijeenkomst	Deelnemers	<p>ON zal een aantal enthousiaste deelnemers vragen zitting te nemen in de klankbordgroep. De feedback van deze groep wordt gebruikt om verbeterpunten te registreren en door te voeren. De Klankbordgroep wordt tevens uitgenodigd om gevraagd en ongevraagd advies te geven.</p>

Communicatiemiddel	Medium	Doelgroep	Boodschap
<ul style="list-style-type: none"> Enquête 	Internet	Deelnemers Bedankers	<p>Deelnemers wordt verzocht bij aanmelding en vervolgens jaarlijks de monitoring enquête van DGMO/V&W on-line in te vullen. Aan het invullen van deze enquête hebben deelnemers zich gecommitteerd met het accepteren van de Algemene Voorwaarden SLIM Prijzen.</p> <p>Tevens zal ON ook (steekproefsgewijs) personen die voor deelname bedanken vragen naar hun motivaties voor deze beslissing. Deze feedback wordt geëvalueerd en zonodig kan de wervingsstrategie hier op worden aangepast.</p>
<ul style="list-style-type: none"> Rapportage Advisering Workshops 	Email Overleg	Opdracht- gever	ON zal OG doorlopend rapporteren over de resultaten van het wervingsproces, het wekelijks aantal gemedene kilometers, de saldi van opgebouwde beloningen, het verloop van deelnemers etc.
<ul style="list-style-type: none"> Traffic Radio 	Radio	m.n. deelnemers	<p>Traffic Radio is een internet radiostation waarin vele mobiliteitsorganisatie zoals ook ON partner zijn. Luisteraars worden doorlopend geïnformeerd over de verkeerssituatie en hebben de mogelijkheid zelf in de uitzending te komen om bijzondere verkeerssituaties te melden. ON zal via Traffic Radio regelmatig aandacht besteden aan SLIM Prijzen (commercial, interviews etc).</p>  <p>Figuur 7. De website van Traffic Radio, met actuele reisinformatie voor de regio Amsterdam.</p>

2.3 Bijdragen Stadsregio

Voor een succesvolle communicatie rondom SLIM Prijzen en specifiek het mobiliteitsproject Regio Ring is een goede samenwerking tussen OG (Stadsregio) en ON noodzakelijk. Onderstaand zijn de belangrijkste aspecten genoemd.

- ON stelt voor dit Marketing- en Communicatieplan binnen 2 weken na gunning aan OG te presenteren en te bespreken. Op basis van de feedback zal vervolgens een definitief plan aan OG worden aangeboden (binnen 4 weken na gunning).
- De projectfasering vraagt op diverse momenten in het project interactie met en goedkeuring of 'geen bezwaar' van OG. Veelal betreft dit projectdocumentatie. Deze goedkeuringsprocedure doorloopt het volgende standaard proces, tenzij expliciet anders is overeengekomen. Het document wordt aangeboden aan OG, deze krijgt de in de Overeenkomst vastgelegde tijd voor evaluatie, of anders 5 werkdagen. Het commentaar van de OG wordt tijdens een bijeenkomst uitgewisseld. Deze bijeenkomst wordt genoteerd en de notulen worden ter goedkeuring aangeboden. Op basis van de goedgekeurde no-

tulen wordt het document aangepast. Het aangepaste document wordt ter definitieve goedkeuring aangeboden aan de opdrachtgever, waarbij de notulen maatgevend zijn.

- Publiciteit is de verantwoordelijkheid van de OG. ON verzoekt de OG om tijdens de werwing – naar redelijkheid - zoveel mogelijk publiciteit rond SLIM Prijzen te creëren (bijvoorbeeld via persberichten, etc.)
- Alle externe communicatie-uitingen door ON worden voor ter goedkeuring voorgelegd aan OG. Dit proces loopt het beste als er goede werkafspraken zijn gemaakt tussen de communicatiemanagers van OG en ON.
- Voor het benaderen van regionale werkgevers door het SLIM Prijzen team van ON zal in overleg en met goedkeuring van de Mobiliteitsmakelaar en VCC-Oost een draaiboek worden opgesteld. Hiervoor zullen in februari 2010 enkele overleggen met OG moeten worden ingepland.
- ON wil bij het informeren van deelnemers over vervoersalternatieven aansluiten bij reeds lopende initiatieven van Mobiliteitsmakelaar en VCC-Oost. Hiervoor wordt OG gevraagd te faciliteren in overleggen met de verantwoordelijke medewerkers bij VCC-Oost.
- ON verzoekt OG te ondersteunen bij aanvragen voor vergunningen ivm het plaatsten van billboards (planning feb 2010). Dit betreft vooral het kunnen gebruiken van bestaande contacten tussen OG en de wegbeheerder(s).
- ON verzoekt OG te ondersteunen bij aanvragen toestemming van Rijkswaterstaat voor het plaatsten van wervingsteksten op DRIPs boven de Reio Ring (planning feb 2010). Dit betreft vooral het kunnen gebruiken van bestaande contacten tussen OG en Rijkswaterstaat.
- Tussen OG en ON vinden regelmatig projectoverleggen plaats (tijdens de voorbereidingsfase elke 2 weken, tijdens de uitvoeringsfase minimaal eenmaal per twee maanden). OG wordt verzocht medewerkers bij het overleg aanwezig te hebben die direct beslissingen en afspraken kunnen maken, om een snelle projectvoortgang te kunnen realiseren.

2.4 Optimale tijdsduur

Binnen SLIM Prijzen zullen meerdere mobiliteitsmaatregelen worden uitgevoerd. De eerste hiervan is de Regio Ring. Deze paragraaf geeft de planning van de wervingscampagne voor het deelproject Regio Ring.

Wervingsactiviteiten 2010	jan	feb	mrt	apr	mei	juni	juli	aug	sep	okt	nov	dec
Voorlopige gunning opdracht	5-jan											
Uitwerken/afstemmen M&C plan												
Website operationeel												
Helpdesk operationeel			1-mrt									
Promotie billboards/DRIPs												
Persaandacht (krant/radio/TV)												
Draaiboek werkgevers werving												
Ontwerp informatiepakketten werkgevers												
Verzenden informatiepakketten MKB												
Bezoeken grote werkgevers												
Wervingsbrieven												
Nieuwsbrieven												
Toelichting:												
Activiteit met hoge intensiteit												
Activiteit met lagere intensiteit												

Bovenstaand schema geeft de meest actieve periodes aan. Na 5 weken na een uitnodigingsronde hebben ongeveer 80% van het definitieve aantal deelnemers zich aangemeld en na twee maanden komen er uit die groep niet veel nieuwe aanmelders meer. Echter de veranderingen in autobezit en reisgedrag zijn dusdanig dat na twee maanden er weer een – kleinere – nieuwe groep potentiële deelnemers is ontstaan. Verder zijn er potentiële deelnemers (bv. leaserijders) die niet uitgenodigd konden worden, maar door algemene publiciteit alsnog mee willen doen. Voor een maximaal resultaat stelt ON daarom voor om de werving door te laten lopen tot bijvoorbeeld 31 dec. 2010.

2.4.1 Helpdesk

Eisen

S20.01✓
t/m
S20.09✓

P20.01✓
t/m
P20.05✓

De helpdesk is veel meer dan een telefonische helpdesk. ON zal haar bestaande helpdesk met 4-8 professionele medewerkers die al meer dan 18.000 deelnemers faciliteren en faciliteerden, uitbreiden voor het huidige project. De zal vanaf 1 maart 2010 tot einde raamcontract operationeel zijn met een capaciteit van max. 15.000 deelnemers. De helpdesk is elke dag 24/24h via email info@slimprijzen.nl en website www.slimprijzen.nl bereikbaar en tijdens kantooruren telefonisch bereikbaar.

Tijdens de looptijd van een mobiliteitsproject (inclusief voorbereiding en nazorg) is de telefonische bereikbaarheid van 8:00 – 20:00 uur.

De meeste vragen/reacties komen per e-mail. De helpdesk reageert hierop met een ontvangstbevestiging per omgaande en een antwoord binnen 3 werkdagen. In het zeldzame geval dat escalatie nodig is volgt een definitief antwoord binnen 7 werkdagen (2^e lijns) resp. 12 werkdagen (3^e lijns).

De helpdesk stelt ook de wekelijkse nieuwsbrieven op, verzorgt de ontmoetingen en afstemming met de Klankbordgroep (een groep van zo'n 50 actieve deelnemers) en ondersteunt in andere communicatie zaken.

De helpdesk beschikt ook over IT kennis en ervaring en kan daarmee ook deelnemers en werkgevers adviseren en assisteren bij praktische vragen en problemen mbt het realiseren van een thuiswerkplek.

Frequently Asked Questions (FAQ's) en scripts worden opgesteld. Een turflijst wordt bijgehouden van alle binnengekomen vragen, opmerkingen en klachten.

Het CRM (Customer Relation Management) systeem ondersteunt de helpdesk. Hierin wordt onder andere voor iedere deelnemer alle contacten (inclusief de inhoud) met de helpdesk (telefoon, mail, anders) vastgelegd. Deze zijn, inclusief deelnemergegevens, cameraregistraties, GPS gegevens en beloningsstatus, steeds on-line door de helpdesk medewerkers in te zien. Het CRM logt alle binnengekomen vragen, problemen, meldingen en klachten en houdt bij welke zijn afgehandeld en welke nog open staan. Dit geldt zowel voor vragen, problemen, aanmeldingen en klachten die zijn neergelegd bij ON als voor vragen, problemen, meldingen en klachten die zijn doorgespeeld van OG naar ON. Van elk gelogd contact wordt geregistreerd:

- uniek opeenvolgend contactnummer
- datum en tijd van contact
- project waarover contact is opgenomen
- modaliteit (e-mail, telefoon, brief etc)
- bij telefonische oproepen de tijd tussen oproep en opnemen van de oproep
- contactpersoon van de helpdesk
- of er is doorgezet naar 2e of 3e lijn
- uniek deelnemer ID (indien van toepassing)
- aard van het contact (vraag, probleem, aan- of afmelding of klacht)
- onderwerp van het contact
- inhoud van het contact

- inhoudelijke afhandeling
- geplande datum afhandeling
- status afhandeling.
- datum en tijd van afhandeling.

Vragen of andere contacten met de pers (of bij vermoeden van perscontacten) worden door de helpdesk doorgezet naar de deelprojectleider Communicatie van ON. Deze zal de betreffende persoon doorverwijzen naar de Communicatiemanager van OG en hiervan ook direct melding bij OG maken.

ON volgt de vigerende privacy wetgeving en werkt conform een interne privacy procedure (zie Hoofdstuk 6 van dit plan). De helpdesk medewerkers zijn goed geïnstrueerd en tekenen een privacyverklaring.

2.4.2 SLIM team

Het SLIM team is een groep van naar verwachting 3 medewerkers van ON die zich in de wervingsfase intensief zullen bezighouden met communicatie richting werkgevers. Spoedig na gunning van het raamcontract zal het SLIM team een draaiboek opstellen en dit met de Mobiliteitsmakelaar afstemmen. Na afstemming met de Mobiliteitsmakelaar en goedkeuring door deelprojectleider Communicatie ON en vervolgens door OG zal het SLIM team de volgende activiteiten uitvoeren:

- Informatiepakketten werkgevers ontwikkelen;
- Potentiële werkgevers identificeren via Mobiliteitsmakelaar, VNO/NCW, MKB, KvK;
- Afspraken maken en uitvoeren met grotere werkgevers voor een persoonlijk gesprek en het uitdelen informatiepakket en promotiemateriaal;
- Toezenden informatiepakket naar kleinere werkgevers.

2.5 Website

Eisen

S30.01✓
S30.02✓
S31.02✓
S31.03✓

P31.01✓
t/m
P31.12✓

P32.01✓
t/m
P32.10✓
(incl.
P32.06a✓

P42.12✓

S51.07✓

ON bouwt, beheert en onderhoudt een website speciaal voor het huidige project SLIM Prijzen, uitgaande van bestaande websites. De site, die uiterlijk 1 maart 2010 operationeel zal zijn, bestaat uit een algemeen toegankelijk deel en per deelnemer met gebruikersnaam/wachtwoord afgeschermd Persoonlijke Pagina's (user portal). Onderdelen van het algemene deel zijn:

- algemene uitleg;
- aanmeld/inschrijf mogelijkheid;
- "geen interesse" mogelijkheid;
- privacy statement;
- tariefinformatie;
- verkeersinformatie;
- CCTV beelden en andere voor (potentiële) deelnemers interessante informatie;
- functionaliteit voor de VAS diensten.

ON zal ook 'businesscase' rekenmodule op de site beschikbaar maken, waarin potentiële deelnemers kunnen berekenen of deelname voor hen interessant is.

De Persoonlijke Pagina's (User Portals) tonen de bij de helpdesk bekende gegevens van de deelnemer, het maximale beloningsbudget, de actuele totale afwaardering, de gemaakte ritten inclusief de bijbehorende afwaarderingen, etc.

Toegang tot de user portal via een geheime user name en password, dat aan nieuwe deelnemers wordt uitgereikt. Indien de user portal niet binnen 1 week door de deelnemer is geactiveerd volgt automatisch een herinneringsmail of -brief. Indien de user portal daarna nog steeds niet binnen 1 week is geactiveerd, zal de helpdesk telefonisch contact opnemen met betreffende

deelnemer. Bij verlies van de inloggegevens kunnen op verzoek nieuwe inloggegevens worden aangemaakt en naar het bij registratie opgegeven email adres worden verzonden.

Op de persoonlijke pagina kan de deelnemer zijn eigen administratieve gegevens inzien en wijzigen. Deze wijzigingen worden gecontroleerd en gefiatteerd door ON en binnen 2 werkdagen doorgevoerd in de centrale server.

Op de persoonlijke pagina kan de deelnemer op ieder gewenst tijdstip per mobiliteitsproject waar hij/zij aan deelneemt, zijn/haar (historische)verplaatsingsgedrag, zijn/haar actuele resterende mobiliteitsbudget en een voorspelling van zijn/haar resterende budget aan het einde van een project op grond van zijn/haar verplaatsingsgedrag tot dan toe kunnen inzien.

De informatie over verplaatsingen en mobiliteitsbudget zal uiterlijk de volgende dag voor 06.00 uur beschikbaar te zijn op de persoonlijke pagina.

Voorts kunnen deelnemers via de persoonlijke pagina's:

- de status van het voertuigstelsel inzien;
- de afhandeling van storingen regelen;
- afspraken maken voor het verhelpen van storingen;
- verzoeken doen voor ombouw of uitbouw van de OBU.

De website ondersteunt de deelnemers ook in de VAS diensten.

Alle website teksten en de layout ervan worden met de OG afgestemd alvorens operationeel gemaakt te worden.

De website is geschikt voor browsers IEv6 en hoger en voor Mozilla Firefox V3.0 en hoger. Het ontwerp voldoet aan de actuele W3C CSS standaard en de W3C XHTML standaard.

Toegang tot de website is met een geaccrediteerde beveiligde verbinding (https).

Volgens het PvE is ON niet verantwoordelijk voor het algemene en niet deelnemer specifieke deel van de website www.slimprijzen.nl, hiervoor wordt door OG een derde partij ingeschakeld. ON zal content aan deze partij aanleveren zal een FAQ lijst met veelgestelde vragen en antwoorden hierop, en zo nodig maandelijks een update hiervan naleveren. De website van ON zal worden ondergebracht in www.slimprijzen.nl.

3 WERVING

3.1 Doelgroepen en aanpak per groep

3.1.1 Werving potentiële deelnemers

Eisen

P42.08✓
P42.09✓
P42.10✓
P42.11✓
P42.12✓
P42.21✓

Uit de door ON uit te voeren nulmeting op knelpunten langs de Regio Ring (zie verder Plan van Aanpak), volgt een bestand van vele duizenden kentekens. Van de Nederlandse kentekens met een voldoende hoog nulniveau (zie Plan van Aanpak) worden bij RDW de NAW gegevens opgevraagd.

ON stelt een professionele wervingsbrief op en legt deze ter goedkeuring voor aan OG. Na 'geen bezwaar' worden de personen waarvan NAW gegevens bekend zijn per post de persoonlijke wervingsbrief toegezonden (voor leaserijders via de leasemaatschappijen) waarin het voorgenomen mobiliteitsproject (bijv. Regio Ring) wordt uitgelegd en de mogelijkheid wordt geboden hieraan deel te nemen. In de brief is het persoonlijke mobiliteitsbudget, berekend met behulp van de nulmeting, al genoemd om duidelijk te maken wat er voor de betreffende persoon te verdienen is. Tevens zal als extra stimulator in het vooruitzicht worden gesteld dat elke 100^e aanmelder een welkomst van €100 zal ontvangen. Onder de deelnemers worden tevens 200 geavanceerde smartphones verloot als extra incentive om deel te nemen. Verdere mogelijke beloningen zijn € 200,- voor de SLIM Prijzen Reiziger van de maand en € 25 voor het aanmelden van een nieuwe deelnemer. Aanmelding kan vervolgens via de al operationele SLIM Prijzen website gebeuren, via email, telefonisch of per post.

De wervingsbrief wordt bij voorkeur op een vrijdag buiten de reguliere vakantieperiodes verzonden zodat deze bij de meeste geadresseerden op zaterdag worden bezorgd. Uit ervaring is gebleken dat hiermee de hoogste response wordt bereikt.

Indien er op de wervingsbrief niet binnen 2 weken wordt gereageerd, zal er nog één keer een herinnering worden verzonden.

In de wervingsbrief wordt voor meer informatie verwezen naar de website www.slimprijzen.nl en naar de helpdesk. De wervingsbrief en alle andere schriftelijke communicatie-uitingen naar potentiële deelnemers worden voorzien van het SLIM Prijzen logo.

SLIM Prijzen

Voorafgaand en tijdens het verzenden van de wervingsbrieven worden door ON diverse promotionele acties uitgevoerd om zoveel mogelijk bekendheid met de voorgenomen maatregel te realiseren waardoor het percentage aangeschrevenen dat daadwerkelijk op de wervingsbrief reageert wordt verhoogd. Voorgenomen promotionele maatregelen zijn:

- Billboards en aankondigingen op DRIPs langs de Regio Ring.
- Flyeracties bij benzinstations.
- Aandacht in de pers en op radio.
- Informatiepakketten via de werkgevers.

In de promotionele communicatie zal worden verwezen naar de dan al actieve website www.slimprijzen.nl waar geïnteresseerden meer informatie kunnen vinden, bijv. op de uitgebreide pagina 'Veelgestelde vragen'.

Voorafgaand aan het verzenden van de wervingsbrieven zal het SLIM team ook al contact hebben gehad met regionale grote en MKB werkgevers. Hen wordt verzocht met het uitgereikte informatiepakket verzocht worden hun werknemers op de hoogte te stellen van de komende maatregel en op welke wijze de spits kan worden gemedend.

Vanaf het eerste moment dat de publiciteit wordt gezocht is bij ON de SLIM Prijzen helpdesk operationeel om geïnteresseerden telefonisch of via email persoonlijke te kunnen informeren en adviseren.

Potentiële deelnemers kunnen indien zij dat wensen in de wervingsfase op de website ipv zich aan te melden ook aangeven niet meer benaderd te willen worden. Gezien het karakter van

SLIM Prijzen (meerdere mobiliteitsprojecten onder één raamcontract) kan er worden gekozen om nooit meer of alleen voor dit specifieke project niet meer benaderd te worden. ON zal dit actief in het CRM bijhouden en borgen dat deelnemers ook niet meer benaderd worden.

3.1.2 Werving Leaserijders (via leasemaatschappijen)

De groep leaserijders wordt geïdentificeerd nadat de NAW gegevens van RDW zijn ontvangen. Van deze groep zijn de voertuigen geregistreerd bij een leasebedrijf. ON heeft ervaring in de benadering van deze leasebedrijven via VNA. Een groot aantal leasebedrijven is doorgaans bereid te faciliteren in het aanschrijven van de te werven voertuigberijders. ON maakt hiervoor speciale kant-en-klare wervingspakketten voor de leaserijders en toelichtingsbrieven voor hun werkgevers. De leasemaatschappij zoekt bij de kentekens de betreffende werkgever, die normaliter hun contractpartij is, en stuurt hem de geadresseerde wervingspakketten toe met het verzoek deze verder te distribueren.

De verder afhandeling is gelijk aan die van particuliere automobilisten.

3.1.3 Werving bedrijfsautorijders

Bedrijfsautorijders worden niet geworven. Uit ervaring is gebleken dat het zeer lastig is om berijders van bedrijfsauto's via hun (vaak kleine) werkgevers te benaderen en dat berijders van bedrijfsauto zeer gemakkelijk een ander bedrijfsauto zouden kunnen gebruiken om – onterecht – beloond te worden.

3.1.4 Werving via werkgevers

Eisen

P42.16✓

P42.17✓

P42.18✓

ON zet het zg. SLIM team dat in de wervingsfase grote en kleinere werkgevers zal benaderen (in overleg met OG) om hen te motiveren hun werknemers te kunnen laten deelnemen aan SLIM Prijzen. Aan de werkgevers zal worden gevraagd hun werknemers te informeren over de komende mobiliteitsmaatregel (bijv. Regio Ring) en manieren die deelnemer kan gebruiken om de spits te kunnen mijden zoals aanpassen werktijden, OV, fietsplan, telewerken etc.

Met grote werkgevers zal een afspraak worden gemaakt voor een persoonlijk gesprek en MKB werkgevers zullen een informatiepakket toegezonden krijgen.

Met de werkgevers worden de mogelijkheden verkend om de deelnemers/werknemers meer flexibiliteit in hun werktijden en werklocatie (bv. thuis) toe te staan en de mogelijkheden om extra beloningen in de werkgever sfeer te creëren, zoals speciale parkeerplaatsen, apparatuur om thuis te werken, fietsplannen, etc.

Belangrijk is dat deze voor deze wervingsactiviteit goed samengewerkt met de mobiliteitsmaker Tim Wille en het Service Centrum VCC-Oost en aansluiten op reeds lopende initiatieven.

De eerste groep werkgevers die zal worden benaderd zijn de ca. 40 regionale organisaties die zich reeds als conventantpartner hebben aangesloten zijn bij het Offensief Bereikbaarheid.

ON zal een speciale maandelijkse werkgevers-nieuwsbrief opstellen en deze naar de contactpersonen bij elke werkgever verzenden.

Deelnemers die met hulp van werkgevers worden geworven hebben bij de aanmelding voorrang boven andere deelnemers.

3.2 Werven bestaande deelnemers

In SLIM Prijzen Waalbrug doen meer dan 6.650 deelnemers. Vele van hen zijn goede kandidaten om ook aan SLIM Prijzen RegioRing mee te doen. Hun referentieniveau is reeds medio 2009 gemeten en dus bekend (alsnog meten heeft geen zin omdat men hun reisgedrag reeds heeft aangepast). ON geeft in het PvA aan hoe het referentieniveau voor RegioRing voor deze bestaande deelnemers bepaald kan worden.

Deze potentiële deelnemers zullen conform het beschreven in paragraaf 3.1.1 zo snel mogelijk worden uitgenodigd. Deze groep kan via mail benaderd worden, het is dus niet nodig hen een uitnodigingsbrief te sturen.

Met SLIM Prijzen Waalbrug en/of OG is afstemming nodig of de deelnemersgegevens hiervoor gebruikt kunnen worden. Het werven onder deze groep betekent ook dat de inbouw van OBU's al vroeg (vanaf 2 april 2010) kan starten.

Voordeel van het werven van bestaande deelnemers is dat er meer bekend is omtrent hun reisgedrag en hun woon-werk relatie. Dat maakt deze groep extra interessant om de meest effectieve deelnemers voor deelname uit te nodigen (bijvoorbeeld degenen met de meeste kilometers op de Regioring of die hebben laten zien hun reisgedrag veel aan te kunnen passen).

ON zal de bestaande Klankbordgroep van SLIM Prijzen Waalbrug bevragen omtrent suggesties en mogelijkheden om het aantal overstappers te maximaliseren.

3.3 Aanpak verloop

Bij langer lopende beloningsmaatregel treedt altijd een natuurlijk verloop op door deelnemers die stoppen met deelname of terugvallen in hun oude gedrag. Een wijziging van woon- of werkadres kan reden zijn om een deelnemer te laten stoppen. Bij aanschaf van een nieuwe auto is het wel mogelijk om deel te blijven nemen, mits de deelnemer via een vrijwaringbewijs aantoont zijn oude auto inderdaad verkocht te hebben.

ON zal na de eerste wervingsronde in maart/april 2010 continu de werving laten doorlopen. Omdat de ANPR camera's doorlopend kentekens registreren is er steeds een actueel aanbod van frequent gedetecteerde kentekens beschikbaar. Ook zullen er zich steeds nieuwe deelnemers aanmelden bijvoorbeeld naar aanleiding van algemene publiciteit. Afhankelijk van het actuele aantal deelnemers en in overleg met de OG zullen, waar nodig, nieuwe potentiële deelnemers worden uitgenodigd.

Het verloop (afhaken) wordt verder zoveel mogelijk voorkomen door deelnemers te binden aan het project.

3.4 Aanvullende maatregelen voor optimalisering werving

In hoofdstuk 2 staan diverse aanvullende maatregelen beschreven die bijdragen aan de optimaliseren van de werving. Onderstaand zijn deze nog eens samengevat:

- Promotie via media voor en tijdens wervingscampagnes (commercials, pers aandacht)
- Promotie langs de weg voor en tijdens wervingscampagnes (billboards, DRIPs)
- Promotie via regionale werkgevers
- Verleidende website die per 1 maart 2010 operationeel is
- Business case tool op de website waarmee geïnteresseerde potentiële deelnemers kunnen uitrekenen wat hun maximaal te verdienen beloning is.
- Helpdesk per 1 maart 2010 telefonisch bereikbaar. Ervaren vriendelijke agents kunnen geïnteresseerde potentiële deelnemers informeren en adviseren op alle aspecten mbt deelname aan SLIM Prijzen.
- Speciale beloningen in de wervingsfase zoals €100 voor elke 100^e deelnemer en €25 voor deelnemers die een nieuwe deelnemer aanbrenger (bring a friend programma).
- SLIM Prijzen Reiziger van de maandag
- Verloting van 200 smartphones.

4 VASTHOUDEN

4.1 Blijvende binding

Met deelnemers zal zowel tijdens de uitvoering van een maatregel (zoals Regio Ring) als gedurende de tussentijdse standby periodes intensief gecommuniceerd worden. Onderstaand is een overzicht gegeven van de verschillende communicatievormen die zullen worden toegepast tijdens een deelproject en die voor een blijvende binding van de deelnemers met het project zorgen.

Bevestiging aanmelding	Direct na aanmelding via de SLIM Prijzen website ontvangt de aanmelder hiervan per email of per post een bevestiging.
Welkomstpakket	Indien een aanmelder wordt geaccepteerd als deelnemer (na controle gegevens) ontvangt hij zij per post een welkomstpakket met hierin onder meer een uitnodiging voor OBU inbouw, de Algemene Voorwaarden SLIM Prijzen, inloggegevens persoonlijke portal op de website en het deelnemershandboek SLIM Prijzen.



Eisen P42.06✓ P42.07✓	Voorwaarden	<p>De Algemene Voorwaarden SLIM Prijzen zullen door ON worden opgesteld conform PvE eis P42.07 en ter goedkeuring aan OG worden voorgelegd.</p> <p>Aanmelders moeten om hun aanmelding via de website te kunnen afronden de Algemene Voorwaarden SLIM Prijzen expliciet accepteren door deze op de aanmeldpagina van de website af te vinken.</p> <p>Aanmelders via post dienen een papieren versie van de Algemene Voorwaarden SLIM Prijzen te ondertekenen.</p>
	Website (openbaar)	De professioneel vormgegeven website SLIM Prijzen.nl is permanent beschikbaar voor allerlei informatie mbt de maatregel.
	Website (persoonlijke portal)	<p>De persoonlijke user portal kan alleen door de deelnemer zelf met de uitgereikte inloggegevens worden geopend.</p> <p>Uit veiligheidsoverwegingen is de deelnemer verplicht om zijn inlogcode zsm. te veranderen.</p> <p>De user portal bevat persoonlijke deelnemerinformatie zoals zijn kenteken, type voertuig, geregistreerde nulniveau en maandelijkse mobiliteitsbudget. Tevens kan de deelnemer hier het actuele saldo van zijn mobiliteitsbudget nakijken.</p>
Eisen P50.03✓	Mailings	<p>Wekelijks wordt samen met de communicatieadviseur een mailing opgesteld, afgestemd met de OG en verzonden door de helpdesk. Dit betreft de wekelijkse nieuwsbrieven, maar ook bijvoorbeeld de bevestigingsmail bij aanmelden, de herinneringsmails aan anmelders die hun activering tot deelnemer nog niet hebben gedaan, herinneringen bij niet invullen van enquêtes, verzoek om informatie als een OBU geen signalen meer geeft, mailings bij bijzonder gebeurtenissen, etc. Mailings gaan naar alle deelnemers, naar een sub-groep of naar een individuele deelnemer. Alle mailings worden gearchiveerd.</p> <p>Nieuwsbrieven en mailings worden professioneel vormgegeven in de te gebruiken huisstijl.</p>
	Klankbordgroep	Een aantal deelnemers wordt gevraagd volledig vrijwillig zitting te nemen in de klankbord groep. Deze groep wordt enkele malen per jaar uitgenodigd voor een bijeenkomst waarin ervaringen worden uitgewisseld. De feedback van deze groep wordt gebruikt om verbeterpunten te registreren en door te voeren.

	Helpdesk	Zie §2.4.1.
	OBU inbouw	Bij het welkomstpakket is ook informatie opgenomen over het plaatsen van een OBU in het voertuig van de deelnemers. Deze deelnemer wordt kort daarop door de helpdesk benaderd voor het maken van een afspraak voor de OBU-inbouw (tijdstip en locatie). Deze afspraak wordt per email bevestigd en 2 dagen voor de daadwerkelijke inbouw wordt nog een reminder via SMS nagestuurd.
<div style="border: 1px solid red; padding: 5px;"> Eisen R12.04✓ R12.03✓ P52.05✓ P52.06✓ </div>	Enquêtes	<p>Bij aanmelding en vervolgens elke 6 maanden wordt de deelnemer gevraagd via internet de uitgebreide ABvM monitoring-enquête in te vullen. Deelnemer heeft zich met het accepteren van de Algemene Voorwaarden tot het invullen van de enquête verplicht.</p> <p>Als de enquête na 2 weken nog niet is ingevuld wordt een herinneringsbericht nagestuurd.</p> <p>Enquêtes worden bij voorkeur via mail en/of internet ingevuld, bij uitzondering het is schriftelijk invullen ook mogelijk.</p>
	Factuur	<p>Na afloop van elk kwartaal zal de deelnemer aan een lopend mobiliteitsproject een factuur ontvangen voor het resterende mobiliteitsbudget van dat betreffende kwartaal. De factuur wordt via de Persoonlijke Pagina aan de deelnemer toegestuurd tegelijk met een email notificatie.</p> <p>Op de factuur zal de deelnemer tenminste de volgende gegevens kunnen vinden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • toegekend Mobiliteitsbudget conform referentiemeting • verplaatsingsgedrag en de bijhorende kosten • het uit te keren resterende Mobiliteitsbudget • kenteknummer en tenaamstelling • factuurnummer • datum • rekeningnummer deelnemer • helpdeskgegevens (e-mailadres, webadres, telefoonnummer, postadres).
	Fraudeverdenking	<p>ON zal doorlopend analyses uitvoeren op fraude en andere vormen van misbruik (zie Plan van Aanpak).</p> <p>Indien een deelnemer verdacht wordt van fraude wordt dit direct gemeld aan OG en zal de deelnemer zowel telefonisch als per aangetekende brief hiervan op de hoogte worden gesteld. In overleg met OG zal worden bepaald of deelnemer dient te worden geroyeerd of dat er evt maatregelen getroffen zullen moeten worden.</p>
	VAS diensten	Exclusief voor deelnemers aan SLIM Prijzen wordt door ON een pakket aan VAS diensten beschikbaar gesteld die persoonlijke en actuele verkeersinformatie, verkeersmanagementinformatie en beloningsinformatie bevatten. Zie verder hiervoor het VAS-plan.
<div style="border: 1px solid red; padding: 5px;"> Eisen P42.20✓ P50.02✓ </div>	Imago en tevredenheids- onderzoeken (online enquête)	Drie keer vindt er een imago en tevredenheidsonderzoek plaats bij de deelnemers: voor de start RegioRing, bij het einde van RegioRing, bij het einde van SLIM Prijzen. Deelnemers worden gevraagd naar hun kennis van en hun ervaringen met SLIM Prijzen. Resultaten worden
	Beëindiging	Deelnemers kunnen op eigen verzoek te allen tijden hun deelname aan het project beëindigen. Tevens wordt op verzoek van OG binnen 2 werkdagen de deelname van een bepaalde deelnemer beëindigd.

Website, mailings, Nieuwsbrieven, Helpdesk, webwinkel en VAS diensten zorgen voor een continu, positief contact van de deelnemers met het project. In de communicatie wordt zoveel mogelijk een positieve sfeer en een 'wij'-gevoel gecreëerd (oa. met de ledenkaart). Uitvoering van het project is zodanig dat de deelnemers geen enkele reden hebben (of krijgen) om deelname te beëindigen (tenzij hun eigen omstandigheden veranderen).

4.2 Vasthouden deelnemers

Ook tijdens de periodes als er geen deelproject actief is blijven Website, mailings, Nieuwsbrieven, Helpdesk, webwinkel en VAS diensten actief en zorgen zij voor een continu, positief contact van de deelnemers met het project. Deelnemers hebben dus alle reden om deel te blijven ne-

men en geen enkele reden om deelname te beëindigen (tenzij hun eigen omstandigheden veranderen).

4.3 Binden werkgevers

Om werkgevers (zo lang mogelijk) aan het project te binden is het allereerst nodig om een goede relatie met hem op te bouwen. Dit gebeurt door:

- Persoonlijke bezoeken (bij aanvang en eventueel later ook).
- De werkgever daarbij de voordelen duidelijk maken en eventuele nadelen of bedreigingen proberen weg te nemen.
- Regelmatig informeren over de algemene voortgang en bijzonderheden via een speciale werkgevers nieuwsbrief.
- De helpdesk ook open te stellen voor de werkgevers voor het stellen van vragen, etc.
- Informatie geven over de gedragsveranderingen, etc. van zijn werknemers, als groep en in achtneming van de privacy bescherming.
- Elk halfjaar contact (telefonisch en bij grote langsgaan) voor tussentijdse evaluatie en advies

Er zal gepoogd worden om ook daadwerkelijk commitment te krijgen van de werkgever, bijvoorbeeld in de vorm van een getekende intentieverklaring voor haar bijdrage aan het project en daar extra publiciteit aan te geven.

De algehele houding van ON richting werkgevers is steeds dat ON het zo regelt dat de werkgever (vrijwel) geen werk of activiteiten hoeft uit te voeren.

Van belang is ook dat het project succesvol is en op een positieve manier in de publiciteit komt, werkgevers wensen niet geassocieerd te worden met negatieve publiciteit.

Dus ook hier zorgen voor voordelen en zorgen dat werkgevers geen reden hebben (of krijgen) om niet mee te blijven werken.

Verder zal met nadruk gezocht worden naar de voordelen die de werkgever geboden kan worden (zie volgende paragraaf)

4.4 Belonen werkgevers

Alle werkgevers ondervinden de volgende voordelen van hun medewerking aan het project:

- 'Free publicity' door middel van de communicatie-uitingen van het project, waarbij ook zij bij name worden genoemd.
- Informatie met betrekking tot ideeën en mogelijkheden van mobiliteitsbudgetten voor werknemers (inclusief fiscale regelingen) en de mogelijkheid daar vragen over te stellen.
- De mogelijkheid om in een proefomgeving uit te proberen wat spitsmijden betekent voor hun werknemers en voor het bedrijf.
- Werknemers die frisser op het werk komen en minder vaak ziek zijn.
- Kostenbesparingen op het woon-werkverkeer en het zakelijk verkeer van hun werknemers door middel van het spitsmijden en door middel van het gebruik van de VAS diensten.
- Een betere bereikbaarheid in de regio en dus ook van hun bedrijf.
- Voor convenantpartners het (deels) voldoen aan de commitments die zij zijn aangegaan als convenantpartner.

Mogelijkheden tot het extra belonen van werkgevers als meer dan een bepaald vooraf afgesproken percentage van hun werknemers de spits mijden, zijn:

- 'Free Consultancy' met betrekking tot ideeën en mogelijkheden van mobiliteitsbudgetten voor werknemers (inclusief fiscale regelingen). Werkgevers krijgen een gratis quick-scan (ter waarde van € 10.000) aangeboden voor een onderzoek in hun bedrijf wat spitsmijden en persoonlijke mobiliteitsbudgetten in hun organisatie kan betekenen.
- Een bijeenkomst (inclusief diner) van alle extra actieve werkgevers.
- Relatiegeschenk voor de verantwoordelijke(n) binnen die organisatie.
- Verkiezing van de SLIMSTE werkgever van de maand, met bijbehorende publiciteit in Nieuwsbrieven en website.
- Uitnodigingen voor een 'meet-and-greet' met bestuurders of zelfs de Minister tijdens bijvoorbeeld een congres of diner.

In overleg met met name Diksterhuis & Van Baaren (die veel ervaring hebben op dit gebied), VCC Oost, de mobiliteitsmakelaar en de werkgevers zal tijdens het project gezocht worden naar verdere voordelen/beloningen voor de werkgevers.

4.5 Beloningsarrangementen

Een structurele toepassing van spitsmijden is het inbouwen van een beloningsarrangement in een persoonlijke mobiliteitsbudget van de werknemers. Het is dan niet meer de overheid die de financiële prikkel financiert, maar de werkgever betaalt de beloning in ruil waarvoor hij bespaart op zijn kosten voor de mobiliteit van de werknemer, frissere en gezondere werknemers krijgt en de bereikbaarheid van zijn bedrijf wordt verbeterd.

ON kan en wil de taak op zich nemen om dit te coördineren en uit te voeren voor de werkgever. ON heeft de intentie om een commerciële mobiliteitscoördinator te worden die in opdracht van werkgevers de mobiliteitsbudgetten en de vervoersmogelijkheden regelt voor zijn werknemers en daarbij tevens VAS diensten levert. De combinatie van VAS diensten leveren, mobiliteit regelen (treinkaartjes, taxi, bus, leaseauto, bedrijfsauto, ...) en mobiliteitsbudgetten coördineren/afrekenen (inclusief beloningsarrangementen) helpt werkgevers om met minder zorgen/organisatie zijn werknemers goedkoper en effectiever woon-werk en zakelijk te laten reizen.

Mobiliteitsbudgetten, VAS diensten en vervoer coördineren (bv. NS Business card) zijn de taken van ON in de huidige aanbieding en zijn derhalve volledig in lijn met de doelstelling van het project om ook de marktontwikkeling van service providers te stimuleren.

Goede beloningsarrangementen van SLIM Prijzen stimuleren meer deelnemers om mee te doen en daarmee zullen werkgevers dus eerder hun percentage deelnemende werknemers bereiken. ON zal echter daar bovenop met werkgevers onderzoeken of extra werknemers deel kunnen nemen waarbij niet de Stadsregio, maar de werkgever de beloning betaald.

Op deze manier kunnen de eerste SLIM Prijzen deelnemers als voorbeeld dienen in een bedrijf en kunnen later extra werknemers deel gaan nemen.

5 PUBLICITEIT

In overleg met OG en de Mobiliteitsmakelaar zal er met de media en met andere belanghebbenden worden gecommuniceerd. Belangrijk is dat deze communicatie ook een sterke invloed heeft op de werving en dient daarom zowel qua inhoud als qua timing goed afgestemd te worden.

Partij	Communicatie-uiting
Locale media	<p>ON zal ter ondersteuning van de werving en het vasthouden van spitsmijndend gedrag intensief contact onderhouden met lokale media (krant, radio, televisie) en aandacht verkrijgen voor SLIM Prijzen en dit behouden gedurende de looptijd van het project. De communicatiemanager zal een optimale communicatiemix bij de lokale media samenstellen.</p> <p>Met opdrachtgever wordt vooraf afgestemd over geplande media-uitingen en 'geen bezwaar' gevraagd.</p>
Nationale media	<p>Het consortium zal ook contact onderhouden met nationale media (krant, radio, televisie) om aandacht te verkrijgen voor SLIM Prijzen. Eventuele persberichten zullen vooraf ter goedkeuring aan Opdrachtgever worden voorgelegd.</p> <p>Nationale media die in het verleden over spitsmijden hebben gepubliceerd zijn o.a: Telegraaf, AD, FD, NRC, NOS-journaal, RTL, BNR nieuwsradio, VARA. ON heeft met deze media een goed contact uit de eerdere projecten en kan bij nieuws deze media snel mobiliseren.</p> <p>Opdrachtgever wordt vooraf geïnformeerd over geplande media-uitingen.</p>
Overige derden: <ul style="list-style-type: none"> • ANWB • VNA • Regionale KvK • MKB Midden NL • VNO/NCW regio Arnhem/Nijmegen • Etc. 	<p>Communicatie naar derden partijen waarvan er hiernaast een aantal is weergegeven meer bekendheid aan en draagvlak voor de maatregel te creëren.</p> <p>Deze partijen zullen op de mailinglist worden gezet van:</p> <ul style="list-style-type: none"> • de wekelijkse deelnemers-nieuwsbrief. • de maandelijkse werkgevers-nieuwsbrief. • persberichten. <p>Verder worden deze partijen gevraagd op hun websites aandacht aan SLIM Prijzen te geven, bijvoorbeeld in de vorm van banners en/of een artikel.</p>

Voor alle publiciteit (informatievoorziening, PR-uitingen, communicatie over het project, stimuleringsmaatregelen) geldt dat ON van mening is dat de regie hiervan volledig bij de OG ligt. ON zal OG ondersteunen in deze uitingen, maar niet zonder overleg zelf naar buiten treden.

ON heeft uiteraard de wens om met het project en de verwachte goede resultaten in de publiciteit te komen (marketing) maar doet dat alleen na afstemming met en 'geen bezwaar' van de OG.

6 PRIVACYBELEID

ON heeft reeds vele projecten uitgevoerd waarbij veel GPS gegevens worden verzameld. Ook het huidige project wordt geheel volgens de Nederlandse privacy wetgeving uitgevoerd (deze is onlangs aangescherpt). Het door ON gevoerde privacybeleid wordt continu kritisch bekeken en zonodig wordt het beleid of de uitvoering aangescherpt.

Het opvragen en gebruik van NAW gegevens uit kentekens is door RDW / Rijkswaterstaat aan strikte regels gebonden. ON volgt deze regels conscientieus en legt haar aanpak en uitvoering voor goedkeuring voor aan Rijkswaterstaat / DVS (Peter Mak). Deze partijen hebben in het kader van privacy mogelijkheden onze aanpak en werving aan te scherpen zodat volledig wordt voldaan aan de wetgeving.

De technische systemen zijn op alle niveaus zo veel mogelijk beschermd. Dat geldt voor inbreuk op de OBU's en de smartphones (met braakdetectie en afgeschermd door sterke passwords), voor de wireless communicatie (via https) en de centrale systemen (afgeschermd door sterke passwords en doordat alleen de personen voor wie dat nodig is toegang hebben tot deze servers). Alle medewerkers worden met regelmaat herinnerd aan het privacybeleid en tekenen vooraf een privacy verklaring.

Deelnemers worden uitgebreid ingelicht over de gegevensverzameling en hebben ten alle tijde inzage in de gegevens die binnen de proef over hen zijn verzameld. Bij bezwaren tegen verdere verwerking van de gegevens door de (potentiële) deelnemer kan deze zich afmelden en worden alle persoonlijke kenmerken uit de gegevens verwijderd. De verplichte verstrekking van gegevens aan het Ministerie van Verkeer en Waterstaat zal slechts bestaan uit geanonimiseerde gegevens.

Naast de wettelijke verplichtingen gaat ON uiterst voorzichtig met privacy gevoelige zaken om en wordt een strikte "need to know"-gebaseerde policy gevoerd. De interne richtlijn die ON toepast bij de uitvoering van privacygevoelige projecten zoals SLIM Prijzen zal op verzoek aan OG beschikbaar worden gesteld.