

Kund: Malmö Citykort

Kontaktperson: Susann Larsen, projektledare för Citykortet

Plats: Centrala Malmö och utanför möteslokaler

Tid: I samband med lanseringar av nya Citykort och i samband med Malmö Citysamverkans medlemsträffar.



Kampanjens syfte

Syftet är tvådelat. Dels marknadsförs Citykortet gentemot allmänheten som Malmös bästa rabattkort och dels marknadsförs Citykortet i samband med medlemsträffar, för att påminna medlemmarna som har butik om att försöka sälja så många kort som möjligt.

Det som skiljer Citykortet från andra rabattkort är att överskottet på kortförsäljningen går tillbaka till city. Bakom citykortet står Malmö city och butiker i city som vill göra Malmös centrum attraktivt för besökaren och vara en motvikt till stora köpcentra utanför stan.

Kampanjens genomförande

Kampanjer i centrala Malmö i samband med kortlanseringar. Crowds ekipage är ett förstärkningsmedium till övrig annonsering, till exempel i dagspress och i medlemsbutikerna. Förarna delar ut flyers med information om kortets olika rabatter samt säljer även kort till hugade spekulanter. Förarna har västar med Malmö Citysamverkans logotyp på ryggen.

I samband med medlemsträffar ställs ett ekipage upp utanför ingången till möteslokalen. Ekipaget har affischer för Citykortet och förutom att mottagaren lättare ser var kvällens möte är på håll, skapar affischerna samhörighet och välkomnar besökarna.

Varför valde ni Crowd?

– Ekipagen kan röra sig på exakt det ställe där vår främsta målgrupp finns, nämligen i Malmö city. Dessutom har ekipagen den effekten att människor stannar upp och undrar vad som händer, vilket är bra i samband med lanseringar då tiden för att fånga människors uppmärksamhet är kort, säger Susanne Larsen, projektledare för Citykortet.