

COMMUNICATION and MARKETING FOR THE 'REVIVAL' OF PUBLIC TRANSPORT

**In person training
programme**

**Verona
06-07-08
Febbraio
2024**

**Polo Universitario
"Santa Marta"
Via Cantarane, 24**

Con il supporto di

Here's what you will learn

Which fundamental elements are needed to conceive an adapted revenue and marketing strategy? To succeed a combination of tools must be used effectively which will be addressed comprehensively in this course:

- Why building a marketing and communication strategy around the customer is crucial
- Why building a strong brand image is vital
- How to make big data analytics an integral part of building marketing excellence
- Master digitalisation, in particular with social media and other communication channels
- Implement an effective pricing strategy and action plan
- Identify the right secondary income sources (non-fare revenue) for your organization

A top level methodology

- **Get inspired by our trainers**, understand the main principles of revenue management, marketing and communication in public transport and learn from successful best practice
- Participate to **interactive plenary sessions** with introduction by course leaders, presentation by trainers and open discussion with participants
- **Challenge your practical knowledge** on the effectiveness and quality of marketing and communication services
- Address topics and issues from an **international perspective**, enriched by different cultural approaches and points of views
- Participate in **practical exercises 'in the field'** allowing you to apply the principles and methods learnt during the training course
- Benefit from a **unique exchange of knowledge** and experience between professionals

Who is it for?

- Staff from sales, marketing, communication, business development and strategy/corporate departments
- Professionals interested in obtaining a wider and international perspective on the topic in public transport and eager to learn more from international best practice
- The course is adapted to experienced professionals eager to learn more about their activity in the field of public transport but also to newcomers in the sector
- The course welcomes participants from local transport authorities, public transport operators and the supply industry

Day 1,

11:00 Welcome & Introduction to the course

Adrian POHER, Training Manager- UITPAcademy

Gianni Scarone, Board Member – ASSTRA Service

11:30 Session 1: Course introduction

Antti VUORELA, Development Manager at HSL, Helsinki, Finland

Entirely interactive, the first session aims at introducing the course, at collecting the expectations from participants and at briefing the group on the home exercise and workshop 'Setting up a marketing and communication strategy post-COVID19'.

13:00 LUNCH

14:00 Session 2: Customer Centricity in Public Transport

Antti VUORELA, Development Manager at HSL, Helsinki, Finland

A 360° knowledge of your customers is essential for companies to plan their product offerings to meet all their expectations. Traditional market research tools have allowed a certain understanding of the customer and in some cases complex segmentation of customer needs and profiles have been developed. Today however, new information technologies provide an enormous amount of information which was not available before. Social media based CRM and smart-phone based touchpoints are redefining the way we collect data. Combine this with state-of the art data analytics and data visualisation, how can an user leverage these tools to add-value and how do they compare with traditional ways of market research? How do companies segment their customer profiles and understand customer needs? What are the current most adapted market research tools and how are their outcomes analysed and used?

This session will look at:

- Understanding customer needs
- Defining behavioural groups
- Building a customer journey
- Developing a customer promise and culture
- Achieving & managing customer satisfaction
- Strategies to induce behavioural changes in customers

15.30 BREAK

16:00 Session 3: Branding

Gerhard PROBST, Managing Director, Probst & Consorten, Dresden, Germany

To convey an attractive and trustworthy image, every company needs to position itself when facing customers and the wider public sphere. As do public transport companies or authorities which are the prime mobility providers in cities, whether for locals or visitors. As such, a strong brand and image is needed not only to retain regular public transport users but also to attract non regular users and spread a modern and vibrant image of the city. What are the functions and how to manage the brand of public transport? How to define values and missions for companies and authorities, which today do more than just running buses or trains, by offering for example far broader mobility packages?

How to develop a unique selling proposition (USP) in often complex, public-driven and multiple-stakeholder environments?

This session includes:

- Definition of branding today
- The process of brand audit
- Brand positioning: from customer targeting to brand promise
- Brand Vision and road map: how to get there
- Marketing & execution plan

17:30 End of Day 1

19:00 Group Diner

Day 2,

9:00 Session 4: Social media

Antti VUORELA, Development Manager at HSL, Helsinki, Finland

Social media represents an effective means for companies and institutions to open a direct dialogue with customers and citizens. It is an essential tool to manage reputation and image, to learn about experiences and expectations of customers and even further to enhance customer service, real time information or help in recruiting for example. What are the different functions of Social Media and how to use them? How can social media add to marketing and communication in public transport and does it deliver value for money? What are the opportunities, threats and challenges of engaging with customers through social media? This session will address these questions by providing a return on experience from the sector looking at social media implementation and day to day management, but also costs, resources and content monitoring.

- Building a communication strategy
- Reputation management
- Prioritization of messages
- Transition towards digital communication
- Mobile applications
- Social media strategies & Online campaigns
- Opportunities with exploitation of data

10:00 Break

10:30 Session 5: Placemaking - Making the presence of Public Transport impactful

Antti VUORELA, Development Manager at HSL, Helsinki, Finland

12:00 Session 6: Pricing: fare setting, ticketing and revenue management

Gerhard PROBST, Managing Director, Probst & Consorten, Dresden, Germany

In public transport the setting of fares often relies on political decisions and standardised calculations methods which for instance take into account inflation and purchasing power. In more deregulated environments, pricing is used as a marketing tool to

stimulate ridership, increase the attractiveness of some services or simply to manage demand. Beyond setting fares, this session will also deal with the management and development of new products to increase sales and revenue, manage demand and make the service adapted and attractive to regular and potential customers.

This session includes:

- Fare regulation and adjustment
- Fare policy: Fare structure, product range, fare levels, payment media
- Advancements in Fare collection technology and opportunity for new type of ticketing products
- Importance of non-fare revenue in providing public transport business sustainability

13:00

Lunch

14:00

Session 7: Non-fare revenue generation and its role in making public transport activity nodes

Gerhard PROBST, Managing Director, Probst & Consorten, Dresden, Germany

15:00

Session 8: MaaS, Big Data Analytics and Artificial Intelligence

Jaap DE BIE, Technical Secretary, Smart Ticketing Alliance (STA)

Today operators or authorities not only sell tickets but tend to develop more complex fare structures, ticketing options or services packages to better adapt to customer needs. Looking beyond, products can also be combined with other modes of transport, turning the offer into real mobility services (or Mobility as a Service - MaaS). Such "integrated mobility platform" ideally offers all available mobility options into a One-Stop-Mobility-Shop bringing convenience, time, and cost savings to the mobility user through technology-enabled real-time, door-to-door, multi-modal travel information.

Furthermore the proliferation of smartphones and sensors has led to Fourth Industrial Revolution. Three major drivers are behind this disruptive force. Data, communication and computing power. 90% of the volume of data that we have today was generated in merely last two years. Huge volumes of data is being generated through widespread usage of IoT and sensors. It is coming in a wide variety of sources, structured and unstructured. Due to advances in communication, it is being transmitted almost instantly at high velocity. It is being analysed almost instantly and being used for decision making, often without a human intervention. In the end, the data is reliable, trustworthy and presents a single version of truth (veracity). These disruptive forces are also altering the way we manage and interact with customers and creating completely new operating models for many industries. How is the public transport industry being shaped by these changes? What are the opportunities in the future and how we can best manage the transition?

16:00

Break

16.30

Case Study – Open Move – MaaS: From today's streets to tomorrow's routes

Alessandro SOSI, co-founder and COO at OpenMove, Board Member at TTS Italia

17.45

Conclusion

18:00

End of Day 2

Day 3,

09:00 Italian Seminar : Communication and Marketing – New inputs for a new Era

Il seminario di approfondimento di taglio nazionale ideato con la collaborazione di ATV Verona affronterà le opportunità legate co-marketing in relazione alle tendenze attuali del mercato turistico.

- *Stefano Vallani - Responsabile sviluppo commerciale& marketing, ATV Verona;*
- *Marco Monaco - Responsabile Marketing e relazioni esterne DB Bahn Italia;*
- *Mattia Boschelli - Direttore Federalberghi Garda Veneto;*
- *Andrea Compagnucci – Marketing Principal Consultant Fondazione Arena di Verona;*
- *Giulia Balestrieri – Responsabile Comunicazione e Marketing Parco Giardino Sigurtà;*
- *Caterina Mastella Allegrini – Owner and Marketing Director Villa della Torre;*
- *Paola Signori - Ordinario di Economia e Gestione delle imprese – Docente di marketing Facoltà di Economia dell'Università di Verona.*

13:00 End of Seminar and light lunch

**UITP reserves the right to make amendments to the programme or any related activity at its discretion*

Antti VUORELA

Development Manager at HSL, Helsinki, Finland



MSc Antti Vuorela has since 2010 been specializing in digitalization and customer experience. He believes that one must listen to the needs of customers and work together with the customers from the beginning. He has over thirty years of varied experience in public transport and transportation systems. The new concept of Digital Dialogue enabling passengers, operators and authorities to work together is truly unique.

Antti Vuorela managed the developing of the Quality Monitoring System of Public Transport (Jola) that was the first modern real-time fleet quality operations management system in the world. He has spoken at various world conferences and UITP training programs. Expect the unexpected is his motto.

Gerhard PROBST

Managing Director, Probst & Consorten, Dresden, Germany



Gerhard Probst studied economics at the TU Dresden, specialising in transport management and logistics, marketing and spatial economics. He studied at the Université de Montréal (Sciences Économiques) and participated in the MBA programme of the École des Hautes Études Commerciales (HEC).

He focuses on marketing and fare strategies for transport companies and authorities, projects on passenger loyalty management and distribution strategies.

Since 1997, Gerhard Probst has been the managing director and owner of Probst & Consorten Marketing-Consultancy. P&C is a Dresden-based consulting company of 17 employees. It's focus is passenger and revenue orientation for all stakeholders in the public transport Industrie, from private or public operators, transport authorities or ministries.

Alessandro SOSI

Co-founder and COO at OpenMove, Board Member at TTS Italia.



With a master degree in mechanical engineering from the University of Trento (Italy) and a previous experience as researcher at Fondazione Bruno Kessler, Alessandro can count on 10 years of experience in the industry. Alessandro has specific experience in Account Based Ticketing (ABT), Demand Responsive Transport (DRT), Real Time Passenger Information Systems (RTPI) and Mobility as a Service (MaaS). He is currently a board member of TTS Italia (Italian ITS association).

Corso di formazione internazionale: Communication and Marketing for “revival” of public transport,

INFORMAZIONI TECNICHE

Il corso di formazione internazionale: *Communication and Marketing for “revival” of public transport*, progettato in collaborazione con UITP e programmato dal 06 all' 08 febbraio 2024 a Verona, grazie al supporto di ATV di Verona, è uno dei nuovi appuntamenti formativi immaginati da ASSTRA per supportare le proprie aziende nel processo di transizione ecologica e digitale alimentando le conoscenze e le competenze del personale.

L'appuntamento, strutturato in due giorni di lezione e in una mattinata di seminario formativo, intende offrire spunti di riflessione e conoscenza per mettere le aziende di trasporto nelle condizioni di rinnovare la propria offerta di servizi, intercettando i nuovi bisogni di mobilità, e di comunicarla con i linguaggi contemporanei.

Le evoluzioni della tecnologia digitale, le trasformazioni sociali - accelerate dal Covid - e quelle del mondo del lavoro stanno facendo emergere nuove esigenze di mobilità che le aziende devono riuscire ad intercettare per affermare il ruolo del trasporto pubblico quale soluzione di trasporto preferibile per il cittadino. Nuove esigenze di mobilità che richiedono non solo servizi rispondenti ma anche una diversa comunicazione, più in linea con le tendenze culturali contemporanee.

Contact: Domenico Scalfaro, Communication Manager ASSTRA scalfaro@asstra.it; Adrian Poher, Training Manager, UITP Academy adrian.poher@uitp.org

Durante le due giornate di lezione si affronteranno temi quali la centralità del cliente, i Big data Analytics, l'identità di marchio, l'utilizzo dei social media, le tariffe, la distribuzione dei titoli di viaggio, la gestione delle entrate, la generazione di ricavi non tariffari e l'utilizzo dei sistemi di intelligenza artificiale generativa.

Il terzo giorno, in occasione del seminario formativo, si sposterà l'attenzione su aspetti commerciali e di co-marketing, anche in relazione alle opportunità legate al settore turistico.

Il corso di formazione internazionale e il Seminario formative nazionale che completa l'offerta formative sono tematicamente connessi e coerenti con altri appuntamenti ASSTRA quali :

- Il seminario formativo "Comunicare il trasporto pubblico locale - dialogo su contenuti e strumenti per promuovere servizi di TPL". Pescara, 7 Settembre 2023;
- La conferenza Internazionale "Tariffe e domanda nel Trasporto Pubblico Locale" – Reggia di Caserta, 9-10 ottobre 2023.
- Il seminario formativo «La comunicazione che cambia – Tecniche strumenti per farsi capire (e apprezzare)

1. OBIETTIVI DEL CORSO DI FORMAZIONE

Condividere osservazioni, analisi, esperienze e pratiche mescolando, l'approccio pragmatico aziendale con la riflessione accademica, al fine di affrontare in modo critico la realtà socioeconomica della UE, i processi di trasformazione in atto e il quotidiano delle aziende di Trasporto Pubblico;

2. STRUTTURA E CARATTERISTICHE DEL CORSO DI FORMAZIONE

L'appuntamento formativo è articolato in 2 giornate di lezioni, per 12 ore di formazione in lingua inglese, e 4 ore di Seminario formativo in lingua italiana per un totale di 16 ore di formazione. La formazione comprende anche attività laboratoriali e un test finale.

La frequenza alle lezioni è obbligatoria, in quanto requisito essenziale insieme ai fini dell'ottenimento dell'attestato di partecipazione del corso intero. Ai fini del necessario accertamento dell'efficacia formativa dei partecipanti, alla fine del Corso, è previsto un TEST SPECIFICO per la valutazione dell'apprendimento costituito da 10 domande a risposta multipla, di cui una esatta, con l'obbligo di almeno il 75% di risposte esatte. I partecipanti interessati dovranno, inoltre, esprimersi su appositi modelli preimpostati sulla qualità percepita su alcuni aspetti del corso (organizzazione, docenti). Alla fine del corso, solo per coloro che avranno seguito tutto il percorso, sarà rilasciato un attestato di frequenza da ASSTRA Service.

3. PARTNER SCIENTIFICO:

UITP

Il corso sarà tenuto dalla UITP (international Association of Public Transport), Associazione Internazionale dei Trasporti Pubblici. Fondata nel 1885, con oltre 135 anni di storia, è l'unica rete mondiale a riunire tutti gli stakeholder del trasporto pubblico e di tutti i modi di trasporto sostenibili. L'UITP vanta più di 1.800 imprese associate, dislocate in più di 100 paesi di tutto il mondo, operanti in tutti i settori del trasporto pubblico (ferrovia, tranvia, autobus, metropolitana e nave). UITP lavora per migliorare la qualità della vita e il benessere economico sostenendo e promuovendo trasporti sostenibili nelle aree urbane di tutto il mondo. Tra le attività svolte attivamente dall'associazione ci sono la redazione di pubblicazioni e statistiche, l'organizzazione di eventi, la realizzazione di progetti di ricerca e innovazione e la conduzione di sessioni di formazione.

Il Seminario formativo "Communication and marketing – new inputs for a new Era" che è parte integrante del percorso formativo offerto è invece progettato interamente da ASSTRA con il

contributo tecnico operativo di ASSTRA Service e ATV Verona, azienda di trasporto pubblico locale che eroga il servizio di trasporto nel comune e nella provincia di Verona.

4. DOCENTI

Il corso, si avvale di docenti internazionali e nazionali di comprovata esperienza, individuati dalla UITP. Il seminario formativo del 23 mattina godrà dell'esperienza di professionisti provenienti da altri settori che avranno modo di condividere le loro conoscenze.

5. METODOLOGIA DIDATTICA

- Partecipare a sessioni interattive che includono un'introduzione da parte dei responsabili del corso e discussioni aperte con i partecipanti;

- Applicare i concetti acquisiti durante il workshop - Scambio di esperienze e metodi attuali con i vostri colleghi.

Ogni tema sarà affrontato come segue: o Principi di base e approccio concettuale o Stato dell'arte e innovazioni o Esempi di buone pratiche o Scambio interattivo tra partecipanti ed esperti .

La lingua utilizzata per le lezioni sarà l'inglese ma i discenti potranno godere di un servizio di traduzione simultanea.

Il Seminario del terzo giorno invece si svolgerà interamente in lingua italiana.

6. MATERIALE DIDATTICO

Il materiale didattico, che i partecipanti potranno scaricare attraverso un link online dedicato, è costituito dalle diapositive appositamente predisposte dai docenti e dai relatori.

7. FINANZIAMENTI

Il corso è finanziabile attraverso i FONDI INTERPROFESSIONALI per la formazione continua (es. Fonservizi e altri Fondi). Per chiarimenti su come accedere a questi fondi è possibile rivolgersi in ASSTRA Service al Dott. Domenico Scalfaro (3299026950; e-mail scalfaro@asstra.it).

8. ISCRIZIONI E NOTE ORGANIZZATIVE

Le iscrizioni con le indicazioni degli importi e delle note organizzate possono essere fatte on line al seguente link:

<https://iscrizioni.asstra.it/IscrizioneCorsoVerona>

L'avvio del corso è subordinato alla iscrizione di almeno 15 partecipanti e saranno accettate le prime 25 iscrizioni in ordine di arrivo.

La scadenza per procedere con la registrazione è il 13 Gennaio 2024.

9. SEDE DEL CORSO NEI GIORNI

Verona, Via Cantarane, 24 – Polo Universitario “Santa Marta”

Per raggiungere la sede del corso dalla stazione ferroviaria Verona Porta Nuova:

Contact: Domenico Scalfaro, Communication Manager ASSTRA scalfaro@asstra.it; Adrian Poher, Training Manager, UITP Academy adrian.poher@uitp.org

- Linee 11-12-13 dal marciapiede B1 o linee 51-52 dal marciapiede C2. Scendere alla fermata "VIA XX SETTEMBRE SANTA TOSCANA B", quindi proseguendo a piedi svoltare a destra in via Arduino e poi nuovamente a destra in via Cantarane. Percorso a piedi: 300 metri circa.

Per raggiungere la sede del corso dal centro di Verona:

- Linee 11-12-13-51-52 dalle fermate "PIAZZA BRA ARENA B" o "SAN FERMO B1". Scendere alla fermata "VIA XX SETTEMBRE SANTA TOSCANA B", quindi proseguendo a piedi svoltare a destra in via Arduino e poi nuovamente a destra in via Cantarane. Percorso a piedi: 300 metri circa.

10. DATE DEL CORSO

06, 07, 08 Febbraio 2024