

Bilag a: Case

Hvordan få flere til å reise grønt til nytt sykehus?

Vi ber Tilbyder om å innge et skriftlig svar på oppgaven i henhold til byråets teoretiske standardverktøy for strategi og debrief, med utgangspunkt i informasjonen i dette dokumentet.

Tilbyderen skal på maksimalt tre A4-sider beskrive hvordan de vil presentere budskapet og i hvilke kanaler de vil spre dette. Tilbyder skal ikke levere grafiske skisser på løsning. Vi ønsker med dette å få innblikk i hvordan dere angriper oppgaven strategisk og metodisk. Det er deltakere i teamet som tilbys som må utføre oppgaven.

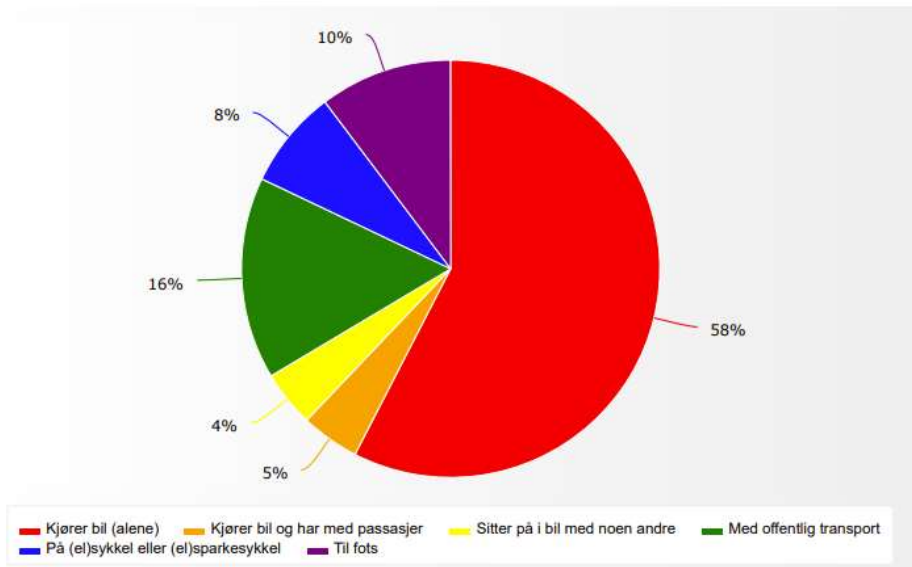
Bakgrunn

Høsten 2025 åpner nytt sykehus på Brakerøya i Drammen. I tillegg skal det bygges ut et stort område med en rekke helseinstitusjoner i en såkalt helsepark. Når hele området står ferdig etter to byggefaser er det antatt at det vil være ca 9 500 arbeidsplasser i helseparken. I tillegg kommer alle pasienter og tilreisende til området.

Brakar har sammen med Drammen kommune satt seg et mål om at 75 % av reisene til helseparken skal være grønne reiser, dvs. kollektiv, samkjøre, gå, sykle og annen mikromobilitet, innen 2030. Brakar oppretter en ny busslinje til området som skal gå åtte ganger i timen i perioden 07.00 – 18.00 og fire ganger i timen før og etter dette i et driftsdøgn som varer fra xx – xx.

Det legges til rette for dette med gang- og sykkelsti, sykkelparkering og det avsettes egne p-plasser til de som samkjøre.

En undersøkelse gjennomført blant ansatte i regi av Vestre Viken Helseforetak vår 2023 viser en andel på 43 % grønne reiser. Det er med utgangspunkt i at en grønn reise er kollektiv, samkjøring, sykkel og gange.



Oppdrag

Sammen med alle transport- og samferdselsaktører i Drammen vil Brakar jobbe for å endre vanene til ansatte på sykehuset. Vi ser også for oss en satsing som kan omfatte hele Brakerøya-området. Hensikten med tiltakene skal være å få flere til å velge en grønn reise. Oppgaven i dette case er å skissere rammeverket til en mulig kampanje. Vi ønsker beskrivelse av teoretisk tilnærming for valg av budskap, hvilke kampanjeelementer som skal brukes og kanalvalg. Hvordan jobbe for å nå målgruppene?

Målgruppe

Ansatte på sykehuset og i helseparken. I dette tilfellet ber vi om at dere tar utgangspunkt i segment 2 som beskrevet i bilag c.

Forutsetninger

De er greit å ha oversikt over noen forutsetninger for markedsarbeidet. Brakar kan i liten grad bruke pris i salgsfremmende tiltak. Eksempel på dette ville f. eks være å skru ned pris til kr 10,00 en uke for å tiltrekke seg kunder. Endring av pris i våre betalingssystemer er krevende og kan ikke gjøres for korte periode.

Brakar har samarbeid med flere andre kollektivselskaper om teknisk plattform for mobilbillett. Vi er derfor avhengig av konsensus rundt felles løsninger for å gjøre endringer i denne.