

SITOWISE

Imatran joukkoliikenteen markkinointi

LOPPURAPORTTI 17.12.2021



Sisällysluettelo

Tavoitteet ja lähtökohdat

- | | |
|---|-------|
| 1. Joukkoliikenteen käytön lähtötilanne | s. 3 |
| 2. Syksyn markkinointitoimenpiteet | s. 4 |
| 3. Vaikutusten arviointi | s. 14 |
| 4. Toimintaehdotuksia jatkoon | s. 22 |
| | s. 27 |

Tavoitteet ja lähtökohdat

Imatran kaupunki on määrätietoisesti ja suunnitelmallisesti edistänyt kestävää liikkumista jo useiden vuosien ajan. Koronan vuoksi joukkoliikenteen käyttäjämäärät ovat laskeneet noin 30 %, kun koronaa edeltävällä ajalla matkustajamäärät olivat olleet monta vuotta kasvussa.

Imatralla on ollut käynnissä joukkoliikenteen kehittämishanke, jossa joukkoliikennettä on brändätty sekä uusittu lippujärjestelmä. Uusi lippujärjestelmä on otettu käyttöön vuonna 2021. Sen myötä joukkoliikenteen palvelukokemus sekä käytettävyys paranevat.

Työn tavoitteena on ollut **kannustaa Imatran suurimpia joukkoliikenteen käyttäjäryhmiä eli lapsia, nuoria ja**

iäkkäitä takaisin joukkoliikenteen käyttöön. Kohdennetun markkinoinnin avulla pyritään saamaan koronan vuoksi joukkoliikenteestä kaikonneita matkustajia takaisin, houkuttelemaan uusia käyttäjiä sekä luomaan joukkoliikenteestä positiivista mielikuvaa. Samalla markkinoidaan ja lisätään tietoisuutta uudesta lippujärjestelmästä.

Työssä pyrittiin myös luomaan toimintamalleja jatkoon markkinoinnin toteuttamiseksi mm. harrastusseurojen, koulujen ja eläkeläisjärjestöjen kautta.

Työ toteutettiin tiiviissä yhteistyössä Sitowise Oy:n asiantuntijoiden ja Imatran kaupungin henkilöstön kesken. Työryhmän muodostivat Anni Karelehto, Laura Pihlajakangas ja

Matleena Lindeqvist Sitowise Oy:stä sekä Kaisa Pohjola, Aino Vuopio ja Päivi Ala-Vannesluoma Imatran kaupungilta. Työryhmä kokoontui työn aikana kuusi kertaa. Lisäksi Imatran kaupungin hankekumppanina toimi Mainostoimisto Dominus Oy, jossa työstä vastasi Juha-Matti Kupiainen.

Työ toteutettiin syys-joulukuun 2021 aikana Liikenne- ja viestintävirasto Traficomien myöntämällä ilmastoperusteisella julkisen henkilöliikenteen valtionavustuksella, jota myönnettiin joukkoliikenteen kulkutapaosuuden kasvua ja seurantaa edistäville hankkeille.

1. Joukkoliikenteen käytön lähtötilanne



Joukkoliikenteen käytön lähtötilanne

Imatran joukkoliikenteen käytön lähtötilannetta selvitettiin asukaskyselyn avulla, tutkimalla käyttäjämäärädataa, tapaamalla nuoria työpajan merkeissä sekä osallistamalla vanhusneuvostoa kyselyn kautta.

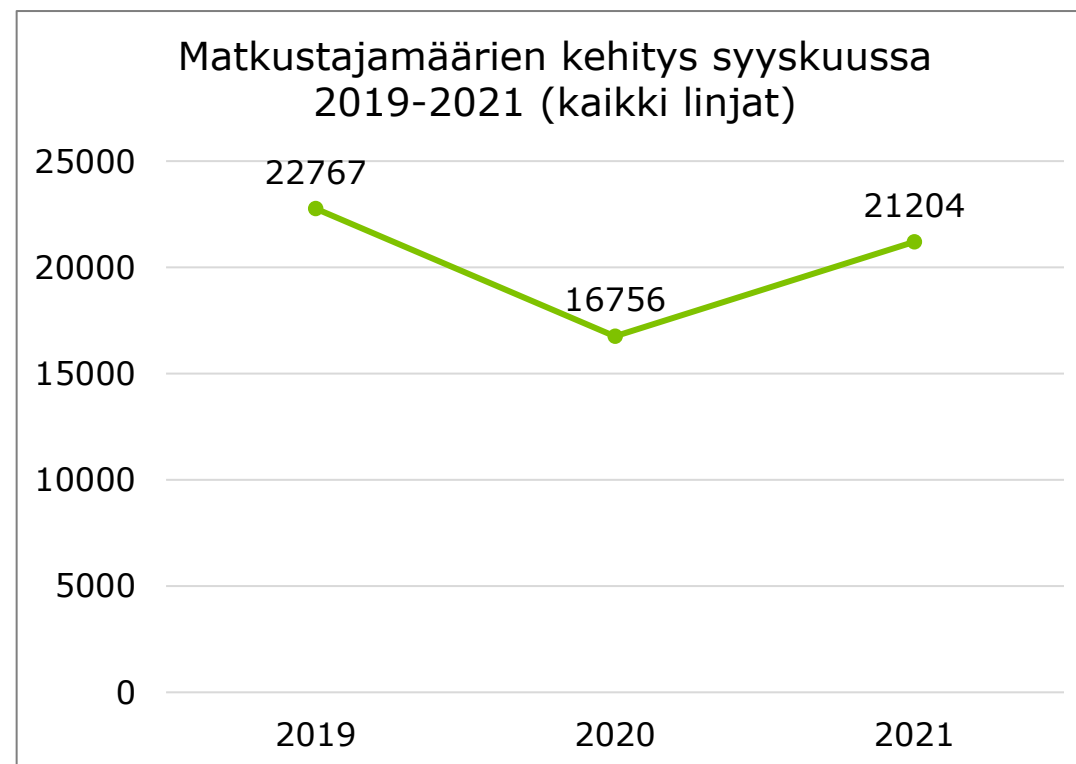
Tavoitteena oli kartoittaa erityisesti koronan aikaansaamia muutoksia joukkoliikenteeseen ja sen käyttöön. Lisäksi kyselyn avulla sekä osallistamalla nuoria ja senioreita selvitettiin joukkoliikenteen asiakasryhmien asenteita, tapoja ja mielikuvia Imatran paikallisliikenteestä.



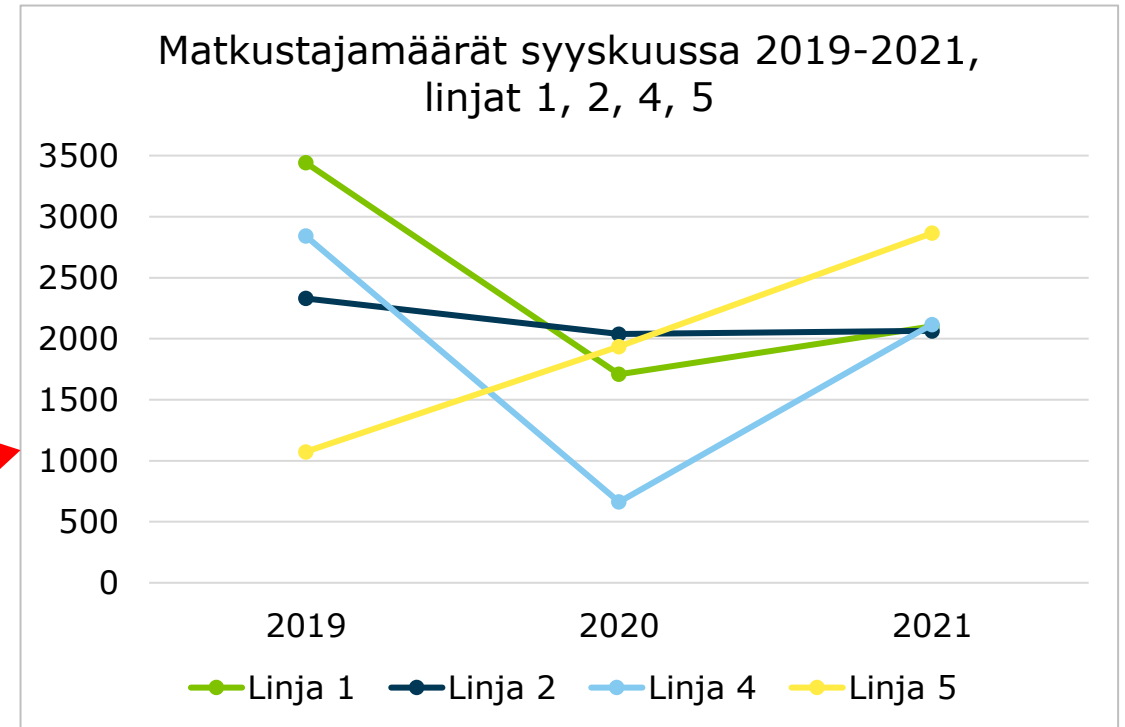
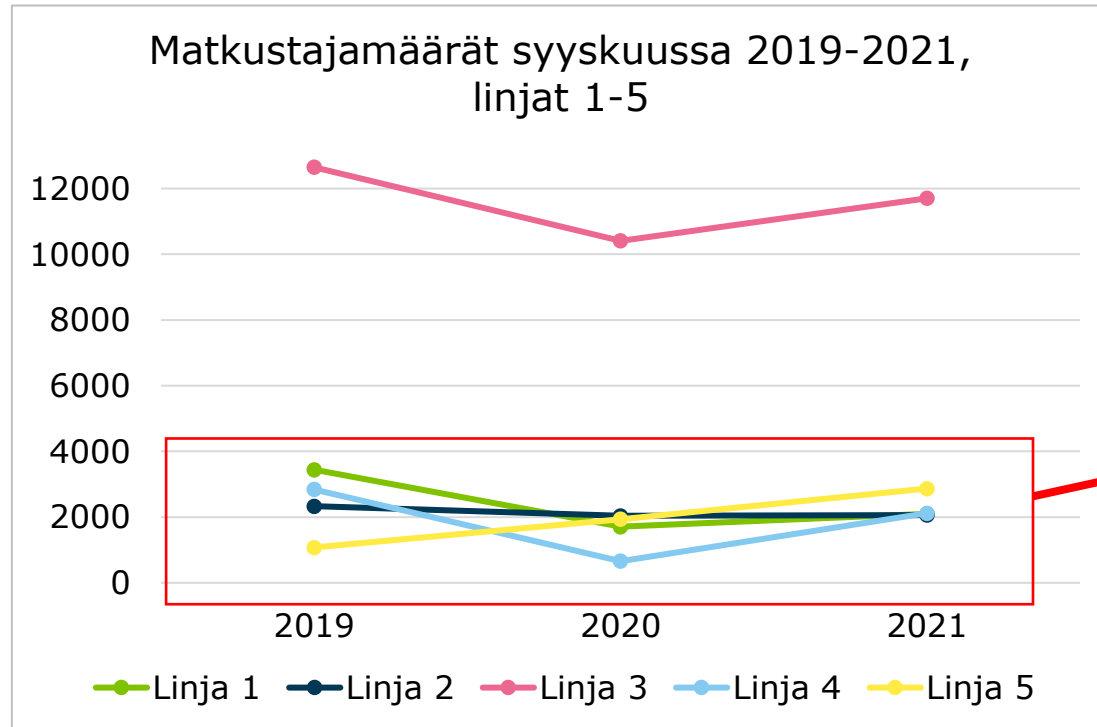
Joukkoliikenteen käyttäjämäärädata

Imatran joukkoliikenteen käyttäjämäärien kehittymistä tarkasteltiin vuosien 2019, 2020 ja 2021 syyskuiden osalta. Linjakohtaisista tarkasteluista jätettiin pois linja 6, koska linjan reitti on uudistunut täysin vuosien 2019 ja 2021 välillä.

Matkustajamäärät vähenivät vuoden 2019 syyskuusta vuoden 2020 syyskuuhun 26 %. Vuoden 2021 syyskuussa matkustajamäärät olivat kasvaneet edellisvuoden tasosta, ollen kuitenkin edelleen 7 % alhaisemmat kuin vuonna 2019.



Linjakohtaiset käyttäjämäärät



Linjojen 1, 2, 3 ja 4 matkustajamäärät vähenivät 2019 syyskuusta 2020 syyskuuhun. Sen sijaan linjan 5 matkustajamäärä on kasvanut tasaisesti 2019 syyskuusta 2021 syyskuuhun. Verrattaessa vuosien 2020 ja 2021 syyskuuta, kaikkien linjojen matkustajamäärät ovat kasvaneet.

Linjalla 6 matkustajia oli syyskuussa 2019 429 kpl ja syyskuussa 2021 347 kpl.

	Muutos 19-20	Muutos 20-21	Muutos 19-21
Linja 1	-50 %	+23 %	-39 %
Linja 2	-13 %	+1 %	-11 %
Linja 3	-18 %	+12 %	-7 %
Linja 4	-77 %	+219 %	-26 %
Linja 5	+80 %	+48 %	+167 %

Kooste kyselyn tuloksista

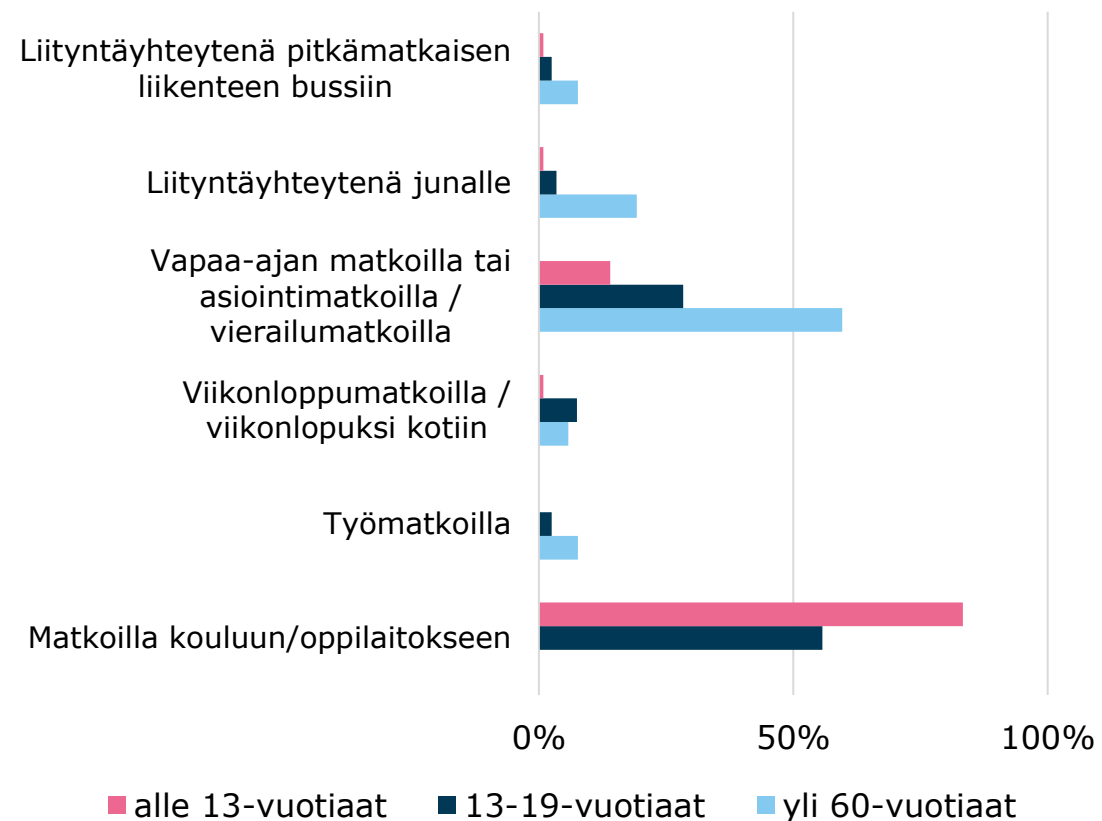
Kyselyllä selvitettiin joukkoliikenteen nykytilannetta Imatralla ja korona-ajan vaikutuksia. Kysely oli auki 6.-23.9.2021. Vastauksista tarkasteltiin erikseen lasten, nuorten ja iäkkäiden vastaukset.

Kyselyyn vastasi yhteensä 99 alle 13-vuotiasta (lapset), 140 13-19-vuotiasta (nuoret) ja 46 yli 60-vuotiasta (iäkkäät).

Lapsista 58 % matkustaa päivittäin joukkoliikenteellä ja nuorista 41 %. Yli 60-vuotiaista 24 % matkustaa joukkoliikenteellä vähintään muutaman kerran viikossa ja 27 % ei matkusta koskaan joukkoliikenteellä.

Lasten ja nuorten matkoissa korostuvat koulumatkat ja iäkkäiden matkoissa vapaa-aikaan, asiointiin tai vierailuihin liittyvät matkat.

Millaisilla matkoilla käytät joukkoliikennettä?

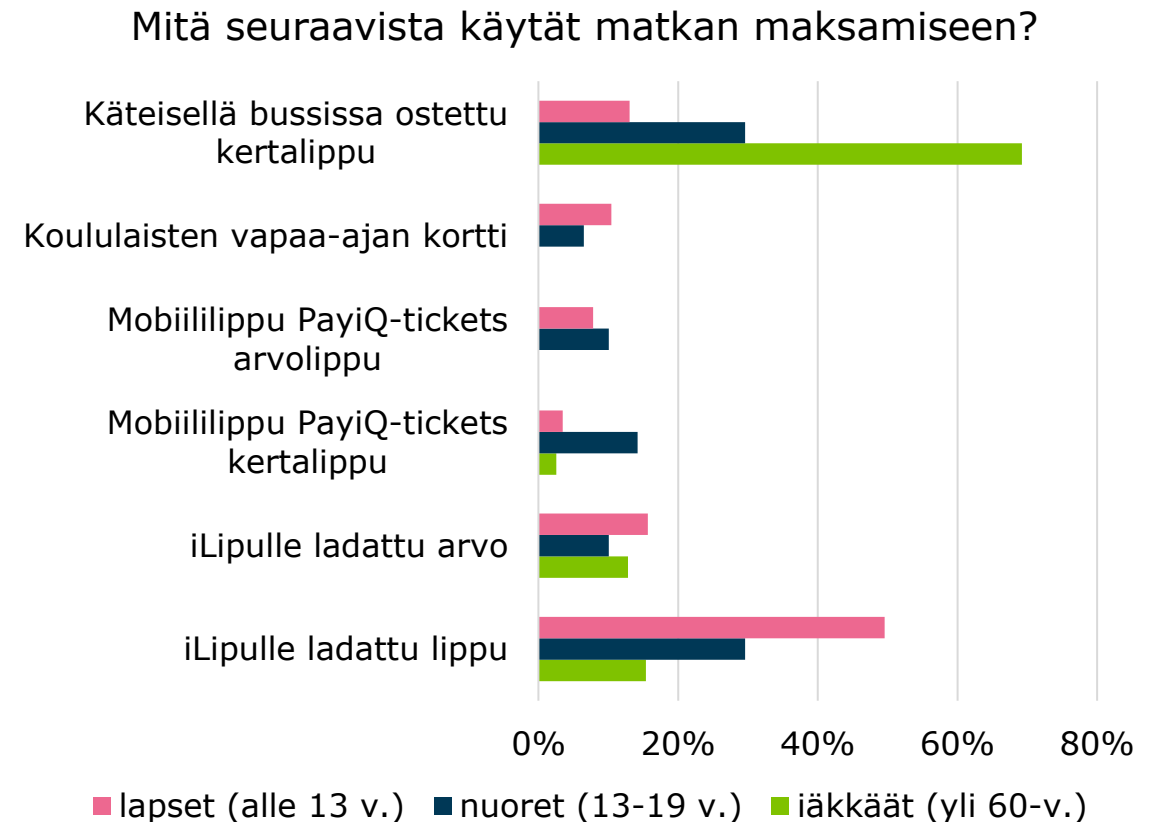


Kooste kyselyn tuloksista

– lipputuotteet ja matkustusinformaatio

Alle 13-vuotiaat käyttävät selvästi yleisimmin iLipulle ladattua lippua matkan maksamiseen. 13-19-vuotiaat maksavat matkan yhtä usein iLipulle ladatulla lipulla kuin käteisellä bussista ostetulla kertalipulla. Yli 60-vuotiailla yleisimmin käytetty lipputuote on selvästi käteisellä bussista ostettu kertalippu.

Lapset ja nuoret toivovat tietoa aikatauluista ja reiteistä etenkin mobiilisovelluksesta. Yli 60-vuotiaat toivovat tietoa aikatauluista ja reiteistä sen sijaan etenkin painetusta aikataulukirjasta. Näiden lisäksi myös kaupungin nettisivut kiinnostavat tiedonvälityskanavana.



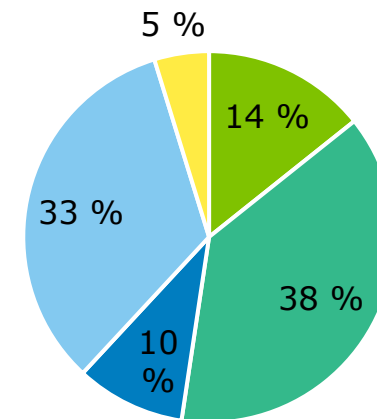
Kooste kyselyn tuloksista

– korona-ajan vaikutukset

Korona-aika ei ole vaikuttanut joukkoliikenteen käyttöön 77 %:lla lapsista ja 64 %:lla nuorista. Alle 13-vuotiaista 8 % ja 13-19-vuotiaista 23 % oli vähentänyt joukkoliikenteen käyttöä matkustustarpeen vähentyessä. Iäkkäistä 67 %:lla korona-aika ei ole vaikuttanut joukkoliikenteen käyttöön. Yli 60-vuotiaista 9 % oli vähentänyt joukkoliikenteen käyttöä matkustustarpeen vähentyessä.

Lapsista 14 % ja nuorista 12 % oli siirtynyt käyttämään muita kulkumuotoja. Joukkoliikenteestä oli siirrytty etenkin autoiluun matkustajiksi ja pyöräilyyn. Yli 60-vuotiaista 21 % oli siirtynyt käyttämään muita kulkumuotoja. Iäkkäät olivat siirtyneet etenkin pyöräilyyn ja autoiluun.

Mihin kulkutapoihin olet vaihtanut joukkoliikenteen sijaan (lapset, nuoret ja iäkkäät)?



- Kävely
- Pyöräily
- Autoilu, kuljettajana
- Autoilu, matkustajana
- Jokin muu

Kooste kyselyn tuloksista

– tyytyväisyys joukkoliikenteeseen

Lapsista 66 %, nuorista 73 % ja iäkkäistä 58 % koki, että reittien ja aikataulujen yhteensopivuudessa kulkutarpeisiin nähden on parannettavaa. Seuraavaksi tyytymättömmimpiä (65 %) alle 13-vuotiaat olivat aikataulutietojen löytymiseen. 60 % 13-19-vuotiaista ja 53 % yli 60-vuotiaista koki, että myös poikkeustilanteista ja muutoksista tiedottamisessa on kehitettävää.

Lapset ja nuoret olivat kaikista tyytyväisimpiä matkan maksamiseen tarjolla oleviin vaihtoehtoihin. Yli 60-vuotiaat olivat sen sijaan tyytyväisimpiä siihen, että bussit kulkevat aikataulussa.

Käyttäisin joukkoliikennettä jos kotiin tulisi aikataulun lisäksi selkeät ohjeet, miten autoissa tulee toimia. Vaikka kuvien kera. Lisäksi jännittää, etten osaa jäädä oikeassa paikassa pois.

Sopivimmat aikataulut koulu- ja harrastus-aikojen kanssa.

Edulliset hinnat ja eläkeläisille helpompi maksutapa, ei siis mobiilimaksamista.

Nuorten työpaja

Nuorten työpaja järjestettiin 20.10.2021 klo 16–18 ja tilaisuuteen osallistui noin 17 nuorta. Työpajassa käsiteltiin pienryhmissä nuorten mielikuvia ja asenteita joukkoliikenteestä, esteitä joukkoliikenteen käytölle sekä ideoitiin, miten nuoria voisi innostaa kokeilemaan joukkoliikenteen käyttöä.

Yleisimpinä esteinä joukkoliikenteen käytölle nuoret nostivat esille reitit ja rahan. Esteinä mainittiin myös työmaat ja epäselvät tai huonot aikataulut.

Parannuskeinoiksi ehdotettiin mm. reittien muuttamista, halvempia lippuhintoja ja bussien kulkemista iltaisin nykyistä myöhempään. Lisäksi toivottiin korttimaksamista busseissa, ilmaisia busseja ja työmaa-alueiden kiertämistä. Myös myönteisen mielikuvan luominen joukkoliikenteestä nousi esille.

Joukkoliikenteen käyttöön innostamiseen lähes kaikki nuoret ehdottivat ilmaista bussimatkustamista. Nuoret ehdottivat myös pienten kannustimien jakamista bussimatkustajille ja tutustumismatkojen tekemistä porukalla.

*Kuljen
itse ainakin
ihan mielelläni
bussilla tarpeen
tullen.*

*Helppo ja hyvä
matkustuskeino
määränpäähän*

Aika laimeet

*No ittel on iha jees
vaikka välillä ne
kuskit on ärsyttävii*

Vanhusneuvoston osallistaminen

Iäkkäiden näkemyksiä joukkoliikenteestä selvitettiin lähettämällä vanhusneuvoston jäsenille postitse haastattelukysymykset. Heille tarjottiin myös mahdollisuus keskustella näkemyksistään puhelimitse. Vastauksia saatiin vain kahdelta vanhusneuvoston jäseneltä.

Vastausten perusteella seniorit käyttävät joukkoliikennettä ainakin asiointi-, vapaa-ajan ja vierailumatkoilla. Joukkoliikennettä käytetään kaikkiin matkoihin, jos omaa autoa ei ole käytössä. Senioreita voitaisiin houkutella kokeilemaan joukkoliikenteen käyttöä ilmaisvuoroilla, ilmaistapahtumien aikana lehti-ilmoituksilla sekä lippualennusten tarjoamisella. Lisäksi avoimessa palautteessa toivottiin, että esim. Imatra-viikolla ja muiden isojen tapahtumien aikaan eläkeläisille tarjottaisiin ilmaisia joukkoliikennevuoroja. Näin he oppisivat käyttämään linja-autoa ja myös liike-elämä hyötyisi eläkeläisten ostovoimasta.

Vastauksissa nousi esille toive asiointibussin palauttamisesta Imatralla. Imatralla aiemmin liikennöinyt asiointibussi on korvattu kauppataksipalvelulla, jonka käyttäjämäärät ovat olleet huomattavasti asiointibussia suurempia. Imatran kaupungin tarkoituksena on jatkaa hyväksi koetun kauppataksipalvelun tarjoamista, minkä lisäksi paikallisliikenteen linja 3 tarjoaa nykyään joukkoliikenneyhteyden Imatran kauppakeskittymään. Jatkossa on tärkeää panostaa kauppataksipalvelun markkinointiin entistä enemmän, jotta myös kaikki asiointibussia käyttäneet asiakkaat löytävät kauppataksipalvelun piiriin.

Esteitä:

- Esteettömyysongelmat autoissa
- Informaation löytämisen hankaluus
- Reitit ja aikataulut
- Pysäkki kaukana

Keinoja esteiden poistamiseen:

- Esteettömyyden parantaminen autoissa
- Opastukset
- Reittiliikenteen yksinkertaistaminen
- Asiointibussi takaisin Imatralla

2. Syksyn markkinointi- toimenpiteet



Syksyn aikana toteutetut markkinointitoimenpiteet

Kyselyssä, nuorten työpajassa ja vanhusneuvoston osallistamisessa esille nousseiden huomioiden ja ideoiden pohjalta syksyn aikana toteutettiin joukkoliikenteen käyttöön kannustavia markkinointitoimenpiteitä. Toimenpiteiden kohderyhminä olivat ensisijaisesti työn tavoitteiden mukaisesti imatralaiset lapset, nuoret ja iäkkäät, mutta osa toimenpiteistä oli suunnattu kaikenikäisille imatralaisille.

Syksyn aikana toteutettuja markkinointitoimenpiteitä olivat

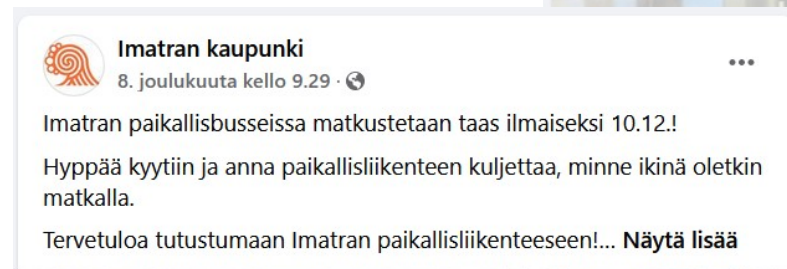
- Joukkoliikenteen ilmaispäivät
- Kausilippukampanja
- Infolyer ja nuorten infopaketti
- Videot
- Nettisivujen kehittäminen
- Joukkoliikenteen markkinointikampanja somessa, netissä ja sanomalehdissä.

Lisäksi työssä kartoitettiin pidemmällä aikatahtimella toteutettavia markkinointitoimenpiteitä sekä ehdotuksia joukkoliikenteen markkinointiin tulevaisuudessa. Nämä toimenpiteet ja ehdotukset on esitetty raportin luvussa 4.

Joukkoliikenteen ilmaispäivät

Osana hanketta toteutettiin seitsemän joukkoliikenteen ilmaispäivää tapahtumiin liittyvinä ajankohtina (esim. Itsenäisyyspäivä). Ilmaispäivien avulla pyrittiin houkuttelemaan korona-aikana joukkoliikenteestä kaikonneita matkustajia takaisin, houkuttelemaan uusia käyttäjiä sekä luomaan joukkoliikenteestä positiivista mielikuvaa kaikille Imatralla liikkuville.

Ilmaispäiviä markkinoitiin kaupungin nettisivuilla, Facebook-sivuilla ja paikallislehteen laaditussa mainoksessa.



👍 43

2 kommentti



IMATRA.FI

Imatra kampanjoi joukkoliikenteen suosion lisäämiseksi

Loppuvuoden kestävä kampanja alkoi paikallisliikenteen ilmaispäivi...

👍 36

1 kommentti

Kausilippukampanja

Marras-joulukuun vaihteessa (29.11–10.12.2021) toteutettiin kampanja, jossa tarjottiin kausilippua alennettuun hintaan -30 %. Alennushinta koski 30 ja 90 vuorokauden kausilippuja. Tarjous koski myös alennusryhmien (lapsi, opiskelija, eläkeläinen) lipputuotteita.

Kampanjasta tiedotettiin kaupungin nettisivuilla ja paikallislehteen laaditussa mainoksessa.

Kausiliput alennushintaan!

Matkustatko Imatran paikallisliikenteellä säännöllisesti? Hyödynnä kampanjatarjous ja osta 30 tai 90 vuorokauden **kausilippu alennushintaan -30 %!**

Saat alennuksen ladatessasi 30 tai 90 vuorokauden kausilipun iLippu-kortillesi osoitteessa ilippu.fi. Alennuksen saa 30 ja 90 vuorokauden kausilippuihin, jotka ostetaan aikavälillä 29.11.–10.12.2021.

Kampanjan aikana aikuisten 30 vuorokauden kausilippu maksaa 37,80 € (normaalisti 54 €) ja 90 vuorokauden kausilippu 101,50 € (normaalisti 145 €). Tarjous koskee myös alennusryhmien (lapsi, opiskelija, eläkeläinen) lipputuotteita!

Huomaathan, että tarjouksen voi hyödyntää vaikka sinulla olisi voimassaoleva kausilippu kampanja-aikana: voit ladata uuden kausilipun korttillesi ja sen voimassaoloaika alkaa edellisen kausilipun voimassaoloajan päätyttyä.

Kuva. Sanomalehtimainoksen kausilippukampanjan osio.

Infolyer ja nuorten infopaketti

Hankkeessa laadittiin yleinen infolyer, johon koottiin ajankohtaisena pysyvää tietoa joukkoliikenteestä. Infolyerissa oli selkeät ja tiiviit ohjeet paikallisliikenteessä matkustamisesta ja lipun ostamisesta sekä hyödyllisiä yhteystietoja. Tällä pyrittiin vastaamaan etenkin iäkkäitä askarruttaviin kysymyksiin joukkoliikenteen käytöstä. Infolyeria jaettiin mm. kaupungintalon asiakaspalvelupisteessä ja busseissa.

Nuorille tehtiin erillinen infopaketti, jossa markkinoitiin koululaisten vapaa-ajan lippua ja esitettiin kartalla, kuinka bussilla pääsee nuorten suosimiin harrastus- ja vapaa-ajanviettopaikkoihin. Infopakettia jaettiin digitaalisena Wilmassa sekä paperisena tulosteena kirjastoissa, jäähallissa, nuorten tilassa, koulukeskuksissa ja uimahallilla.



IMATRA

Matkusta rajattomasti koululaisten vapaa-ajan lipulla!

iLippu.fi

- arkinen klo 16 jälkeen
- viikonloppuisin ja arkipäivinä koko päivän
- koulujen toma-aikoina koko päivän

Lipun hinta on 20 €
Lippu on ostettavissa yhdeksi lukuvuodeksi kerrallaan.

Jos sinulla on käytössäsi koululaisten koulumatkakortti, voit ladata vapaa-ajan lipun samalle kortille. Jos sinulla ei ole käytössä koulumatkakorttia, voit hakea vapaa-ajan matkakortin kaupungin asiakaspalvelusta.

Yhteystietoja ja linkkejä

Lisätietoa aikatauluista, reiteistä ja lipuista
imatra.fi/joukkoliikenne

iLippu-kortin lataaminen
lippu.fi

Asiakaspalvelu
asiakaspalvelu@imatra.fi
p. 020 617 2253

Paikallisliikennelinjat
1 ja 2
3
4
5
6

Näin pääset **Ukonniemeen** paikallisbussilla:
Linja 5
Bussi kulkee:
• arkinen klo 8–19 (30 min–1 tunnin välein)
• viikonloppuisin klo 10:30–20:30 (1–2 tunnin välein)

Näin pääset **Mansikkalaan** paikallisbussilla:
Linjat 1–6
Busseja kulkee useita vuoroja tunnissa:
• arkinen klo 5:30–23:30
• viikonloppuisin klo 7–23:30

Kuva. Nuorten infopaketti.

Videot

Joukkoliikennettä markkinoitiin videoiden avulla, joiden kantavana teemana oli *"Bussi yllättävän näppärä arjessa"*. Videot oli suunnattu etenkin nuorille ja iäkkäille. Videoiden kesto oli noin 1 minuutti ja niistä tehtiin myös lyhyempiä otteita erilaista somemarkkinointia varten.

[Nuorille suunnatussa videossa](#) teemana oli bussilla kulkeminen harrastuspaikkoihin. [Iäkkäiden videossa](#) korostettiin paikallisliikenteellä matkustamisen vaivattomuutta. Lisäksi videoista koostettiin [lyhyt opastavampi video](#), jossa näytettiin, kuinka paikallisliikenteessä voi maksaa eri maksutavoilla.

Videot julkaistiin kokonaisuudessaan Imatran kaupungin Youtube-kanavalla, minkä lisäksi lyhyempiä otteita käytettiin somemarkkinoinnissa.

Videoiden tekemisestä vastasi Mainostoimisto Dominus Oy.



Kuva. Kuvakaappaus nuorille suunnatusta videosta.

Somekampanja

Imatran paikallisliikennettä markkinoitiin normaalien päivitysten sekä maksetun mainonnan avulla Imatran kaupungin sosiaalisen median eri kanavissa.

Maksettua mainontaa kohdistettiin Instagramissa nuorille ja Facebookissa senioreille sekä työikäiselle väestölle. Maksetun mainonnan kautta näkyvyyttä haettiin joukkoliikenteen ilmapäiville sekä nuorille ja senioreille kohdistetuille videoille.

Normaaleissa päivityksissä kampanjoitiin ilmapäiviä ja nuorten vapaa-ajan lippua, opastettiin Imatran paikallisliikenteen ja iLipun käyttöä sekä kannustettiin kysymään apua asiakaspalvelupisteestä bussimatkustukseen liittyvissä kysymyksissä.

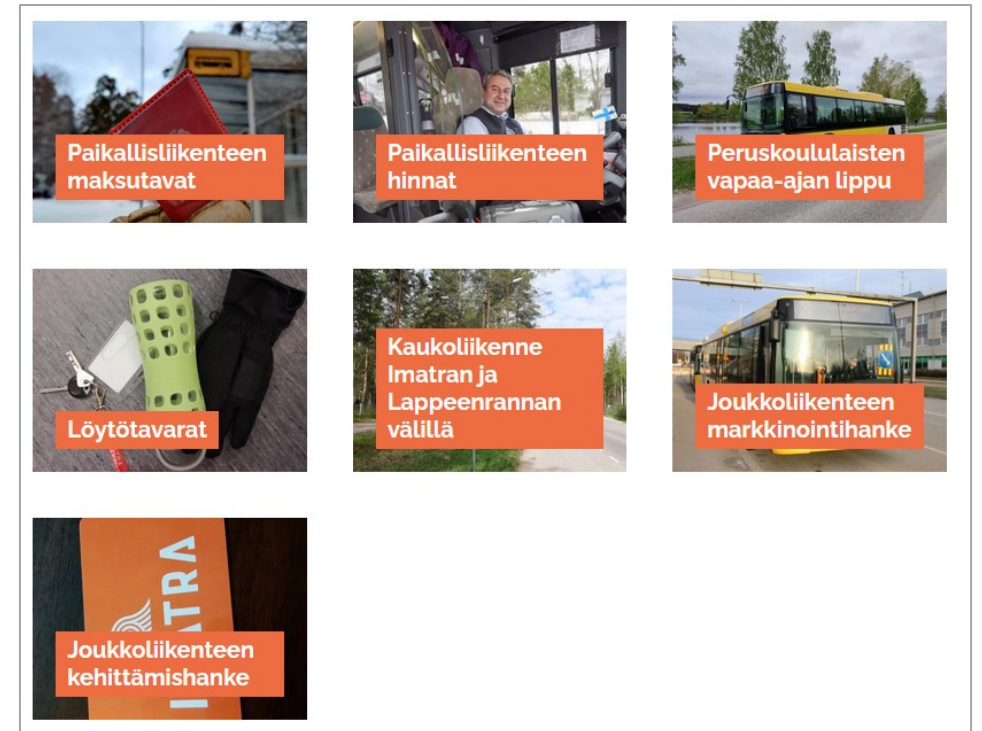
Somejulkaisujen toteuttamisesta vastasi Imatra Base Camp Oy. Mainostoimisto Dominus Oy laati suunnitelman somekampanjan sisällöstä ja päivitysten julkaisuajankohdista.



Nettisivujen kehittäminen

Hankkeessa käytiin läpi kaupungin nettisivujen sisältöä joukkoliikenteen osalta ja koottiin yhteen kehittämis ehdotuksia. Nettisivujen toimivuutta tarkasteltiin sekä tietokoneella että puhelimella sivustoa selattaessa. Kehittämis ehdotukset liittyivät mm. tiedon löytämiseen ja käytettävyyteen sekä terminologiaan ja kirjoitusvirheisiin.

Työn aikana nettisivuille tehtiin selkeyttämistä kehittämis ehdotusten pohjalta. Muun muassa joukkoliikennesivuston etusivulla esitettyjen asioiden järjestystä vaihdettiin loogisemmaksi ja lippujen hinta- ja maksutapasivuja selkeytettiin. Lisäksi tarkoituksena on laatia joukkoliikennesivustolle erillinen alisivu kauppataksipalvelusta, kunhan mukana olevilta kaupoilta saadaan tieto palvelun jatkosta.



Kuva. Esimerkiksi joukkoliikennesivuston alisivuja selkeytettiin.

3. Vaikutusten arviointi



Kampanjoiden vaikutuksia matkojen ja myytyjen lippujen määriin

	Tehdyt ilmaismatkat	Ilmaispäivät	Myydyt kausiliput 30 / 90 vrk	Kausilippukampanja voimassa	Myydyt liput yhteensä (sis. ilmaismatkat)
Vko 41	-	-	56 / 4	-	1 877
Vko 42	-	-	66 / 11	-	2 142
Vko 43	-	-	97 / 7	-	1 597
Vko 44	-	-	142 / 11	-	2 159
Vko 45	-	-	101 / 7	-	2 327
Vko 46	2 094	pe 19.11.	86 / 11	-	3 961
Vko 47	2 937	pe 26.11. ja la 27.11.	123 / 32	-	5 054
Vko 48	-	-	197 / 81	Koko viikko	2 871
Vko 49	2 612	ma 6.12. ja pe 10.12.	119 / 99	Ma-pe	4 541

Ilmaispäivinä tehtyjä ilmaismatkoja kertyi jopa yli 2 000 päivää kohden. Ilmaispäivät jopa tuplasivat viikoittaiset matkustusmäärät.

Kausilippukampanja lisäsi merkittävästi etenkin 90 vuorokauden kausilippujen myyntiä. Myös 30 vuorokauden kausilippuja myytiin etenkin viikolla 48 tavanomaista viikkoa enemmän.

Kampanjoiden tavoitavuus

- Marras–joulukuun 2021 aikana toteutettu joukkoliikenteen markkinointikampanja lisäsi kaupungin joukkoliikennesivuston katselumääriä merkittävästi
 - Sivuston päivittäinen katselumäärä nousi vajaaseen 2 000 katselukertaan, kun syksyn mittaan päivittäisiä katselukertoja oli noin 1 000. Joulukuun alussa yksittäisenä päivänä katselukertoja oli lähes 3 000.
- Maksettu mainonta tavoitti useita tuhansia imatralaisia
 - Facebookissa julkaistu mainos joukkoliikenteen ilmapäivästä keräsi yli 5 200 näyttöä ja päivityksessä ollut linkki avattiin 112 kertaa.
 - Facebookissa julkaistu iäkkäille kohdistettu mainos paikallisliikenteellä matkustamisen vaivattomuudesta keräsi yli 10 000 näyttöä ja mainoksen linkki avattiin 212 kertaa.
 - Instagramissa julkaistu nuorille kohdistettu mainos koululaisten vapaa-ajanlipusta keräsi yli 8 200 näyttöä ja mainoksen linkki avattiin 28 kertaa.

Syksyn toimenpiteiden vaikutusten arviointi 1/2

Hankkeen vaikutuksia arvioitiin työn aikana kuudella mittarilla, jotka määritettiin ennen hankkeen käynnistämistä.

1. Kolmen **kyselyn** vastausmäärät (vastausprosentti vähintään 50)

- Hankkeessa toteutettiin yksi kysely, johon tuli yhteensä 668 vastausta. Vastaukset analysoitiin erikseen lasten, nuorten ja iäkkäiden osalta (alle 13-vuotiaat: 99 vastausta, 13-19-vuotiaat: 140 vastausta (nuoret), yli 60-vuotiaat: 46 vastausta)
- **Vastausmäärät suhteessa ikäryhmien kokoon jäivät alhaisiksi**, mutta kyselystä saatiin hyödyllistä taustatietoa hanketta varten.

2. **Työpajojen** onnistuminen ja osallistumisaktiivisuus (saadaan toteuttamiskelpoisia ideoita)

- Hankkeessa järjestettiin yksi työpaja nuorille. Lisäksi haastateltiin vanhusneuvoston jäseniä postitse, sillä neuvoston kokousten ajankohdat eivät sopineet yhteen hankkeen aikataulun kanssa.
- **Nuorten työpaja onnistui kiitettävästi ja vanhusneuvostolta saatiin kyselyä täydentävää palautetta.**

3. Joukkoliikenteen **matkustajamäärät** ennen–jälkeen (syksy 2019–syksy 2021) (Tavoitetilanne vähintään palautuminen koronaa edeltävälle ajalle)

- Syyskuussa 2021 matkustajamäärät eivät olleet vielä palautuneet koronaa edeltävälle ajalle, mutta positiivista kehitystä vuoden 2020 syyskuun matkustajamääriin verrattuna oli tapahtunut.
- **Ilmaispäivät lisäsivät matkustusmääriä viikkotasolla merkittävästi.** Kausilippukampanja lisäsi kausilippujen myyntiä, minkä seurauksena joukkoliikenteen vakiokäyttäjienkin määrä kenties lisääntyi.

Syksyn toimenpiteiden vaikutusten arviointi 2/2

4. Toteutetut konkreettiset **toimenpiteet** (tavoite vähintään 2 / kohderyhmä)

- Nuoret: Video, Maksettu mainonta Instagramissa, Infopaketti
- Iäkkäät: Video, Maksettu mainonta Facebookissa, Infolyer
- Kaikki imatralaiset: Ilmaispäivät, Kausilippukampanja

➤ **Tavoite toteutui erittäin hyvin**

5. Aikaansaadaan **muutos toimintatapoihin** (harrastusseurat, koulukeskukset ja iäkkäät)

- Syksyn aikana toteutetut toimenpiteet tähtäävät imatralaisten lasten, nuorten ja iäkkäiden toimintatapojen muutokseen. Toimenpiteillä on mm. lisätty imatralaisten tietoisuutta Imatran paikallisliikenteestä ja luotu sille positiivista imagoa.

➤ **Tavoitteen toteutumista tulee arvioida pidemmällä aikavälillä**

6. **Medianäkyvyys** (tavoite 2 yleistä tiedotetta)

- 7.9.2021: [Imatran kaupunki selvittää joukkoliikenteen käyttöä kyselyllä](#)
- 26.11.2021: [Imatra kampanjoi joukkoliikenteen suosion lisäämiseksi](#)
- 3.12.2021: [Imatran paikallisliikenteessä loppuvuonna seitsemän ilmaispäivää](#)

➤ **Tavoite toteutui erittäin hyvin**

4. Toimintaehdotuksia jatkoon



Toimintaehdotuksia jatkoon

- **Reittioppaan** kehittäminen Ridangon Bussit kartalla –palvelun yhteyteen
 - Toiminta verkkoselaimessa ja mobiilisovelluksessa
- **Kauppataksipalvelun** brändääminen yhteistyössä palveluun osallistuvien kauppojen kanssa sekä palvelun markkinointi etenkin sanomalehdissä
- **Koululaisten vapaa-ajan lipun markkinointi** syyslukukauden alussa
 - Hankkimalla lipun alkusyksystä hyötyvät koululaiset sen käytöstä eniten, koska voimassaolokausi päättyy vuosittain elokuun lopussa
- Säännölliseksi toimintatavaksi **vuorojen yhteensovittaminen koulu- ja harrastusaikojen kanssa**
 - Harrastus- ja vapaa-ajanmatkojen osalta erityisesti nuorilla toiveissa **vuorojen lisääminen ilta-aikaan ja viikonlopuille**
- **Säännöllinen asukaskysely** tyytyväisyydestä joukkoliikenteeseen sekä kehittämisehdotusten kartoittamiseksi (1–2 krt/vuosi)
- Syksyn aikana toteutettujen **toimenpiteiden toistaminen** jatkossakin
 - Ilmaispäivät ja lippujen alennuskampanja
 - Sanomalehti- ja somemarkkinointi (hankkeen yhteydessä laadittua materiaalia voidaan hyödyntää)