

Caso di studio

Nuovo modello di sconto nella comunità tariffaria A-Welle: Digitale, flessibile e vantaggioso.



FAIRTIQ

FAIRTIQ

Nuovo modello di sconto nella comunità tariffaria
A-Welle: Digitale, flessibile e vantaggioso.

La comunità tariffaria A-Welle e FAIRTIQ hanno sviluppato e testato insieme nuovi modelli di sconto digitali attraverso un progetto pilota di mercato, rivolto in particolare a viaggiatori occasionali e frequenti per i quali nessun abbonamento è conveniente. L'obiettivo era rispondere meglio alle diverse esigenze dei clienti, incentivando l'utilizzo del trasporto pubblico tramite offerte allettanti e soluzioni digitali moderne. I risultati hanno dimostrato che uno sconto basato sulle spese totali del mese corrente incoraggia un uso più frequente dei mezzi pubblici, generando al contempo maggiori entrate per il consorzio tariffario. Sulla base di queste conclusioni, A-Welle ha deciso di implementare il nuovo sistema di sconti, denominato „premyo“, tramite l'app FAIRTIQ a partire dal 1° dicembre 2024. Questo caso studio illustra le sfide affrontate, gli approcci adottati e i notevoli risultati ottenuti nel progetto pilota.



«I nostri clienti stanno passando sempre più all'acquisto automatico dei biglietti, ad esempio tramite l'app FAIRTIQ. Con FAIRTIQ abbiamo trovato un partner che ci ha permesso di condurre rapidamente un test di mercato per sperimentare due diversi modelli di sconto.»

Christine Neuhaus, Direttore generale dell'associazione tariffaria A-Welle

Chi è il nostro partner: la Comunità Tariffaria A-Welle

La comunità tariffaria A-Welle copre il Canton Argovia e parte del Canton Soletta, offrendo una vasta rete di trasporti per pendolari, turisti e viaggiatori occasionali. Dal 2017, è possibile acquistare i biglietti per l'area A-Welle tramite l'app FAIRTIQ, utilizzando il pratico sistema di check-in/check-out.

Nel 2021, A-Welle è stata la prima in Svizzera a introdurre il sistema „mensile con limite massimo“ (Monats-Capping), pensato per chi viaggia frequentemente ma, a causa della pandemia di Covid-19 e dei cambiamenti nelle abitudini di mobilità, non si è ritenuto più conveniente sottoscrivere un abbonamento tradizionale. L'attuale analisi di mercato si concentra su un migliore adattamento alle esigenze dei clienti, con particolare attenzione ai viaggiatori occasionali e a quelli abituali i quali, non utilizzando abbastanza i mezzi pubblici, non ritengono conveniente fare un abbonamento.



Offerta rivolta ai viaggiatori frequenti: il limite massimo mensile

Quando i passeggeri nella comunità tariffaria A-Welle raggiungono il limite massimo mensile di spesa, la differenza accumulata viene accreditata come saldo per il mese successivo. Questo sistema incentiva le persone a utilizzare i mezzi pubblici per ulteriori viaggi. Dopo un test di mercato di successo, il progetto è stato prorogato a tempo indeterminato alla fine del 2023.

Sfida: tariffe su misura per chi non sceglie l'abbonamento

Come molte altre comunità tariffarie, anche A-Welle si trova di fronte alla sfida di soddisfare meglio le esigenze dei passeggeri per i quali nessun abbonamento è conveniente, migliorando al contempo la fidelizzazione dei clienti. Le principali difficoltà includono:

Modelli tariffari obsoleti

I sistemi tariffari tradizionali offrono poche opzioni attraenti per i viaggiatori occasionali, offrendo soltanto abbonamenti poco flessibili e biglietti singoli costosi. Questo porta molti potenziali utenti a evitare il trasporto pubblico, perché le opzioni disponibili non soddisfano le loro esigenze.

Scarsa flessibilità e fidelizzazione

Gli attuali sistemi di sconto incoraggiano poco la fruizione costante dei mezzi pubblici. Non ci sono incentivi chiari per fidelizzare i viaggiatori abituali senza abbonamento e spingerli a usare i trasporti pubblici più frequentemente.

Necessità di digitalizzazione

La vendita di biglietti cartacei è costosa, obsoleta e poco efficiente. Per rendere i processi di vendita più rapidi e rendere il trasporto pubblico più interessante, è fondamentale accelerare la digitalizzazione.

La soluzione: testare nuovi modelli di sconto

Per affrontare le sfide menzionate, FAIRTIQ e la comunità tariffaria A-Welle hanno condotto, da marzo a luglio 2024, un test di mercato per esplorare modelli innovativi di sconto digitale. Gli obiettivi del test erano i seguenti:



Creare offerte attraenti

Offrire ai passeggeri senza abbonamento una valida alternativa ai tradizionali biglietti singoli, spesso più costosi. L'obiettivo era proporre un'opzione semplice da utilizzare e capace di incentivare un maggior numero di viaggi.



Trasformare digitalmente i vecchi modelli di sconto

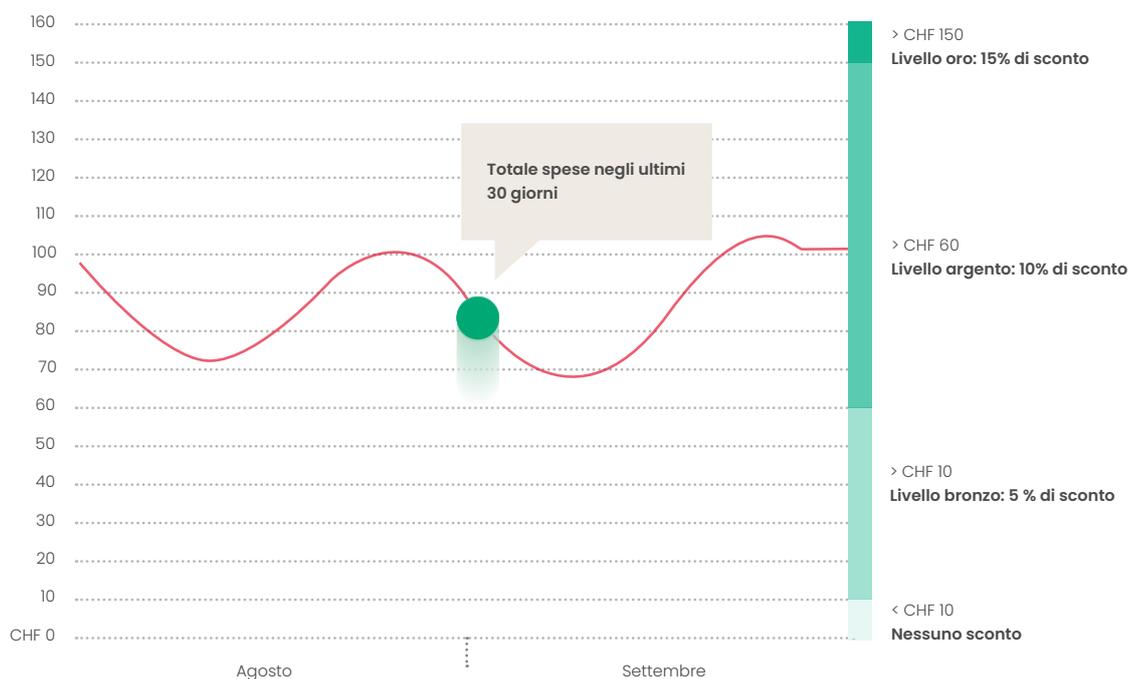
Sostituire le carte multi-corsa cartacee con versioni digitali accattivanti, utilizzabili comodamente tramite l'app FAIRTIQ.



Metodologia e struttura dell'analisi

L'analisi di mercato è stata condotta seguendo un approccio sperimentale. Gli utenti selezionati dell'app FAIRTIQ nella comunità tariffaria A-Welle sono stati suddivisi in tre gruppi: due gruppi di test, ognuno dei quali ha sperimentato un modello diverso di sconto e un gruppo di controllo, che non ha ricevuto alcuno sconto sui viaggi. Entrambi i modelli di sconto prevedevano più livelli di riduzione, raggiungibili aumentando il numero di viaggi effettuati. Tuttavia, c'erano differenze fondamentali tra i due modelli testati:

Sconto progressivo



Lo sconto dipende dalle spese totali degli ultimi 30 giorni. Una volta raggiunta la fascia più alta, lo sconto rimane fisso.

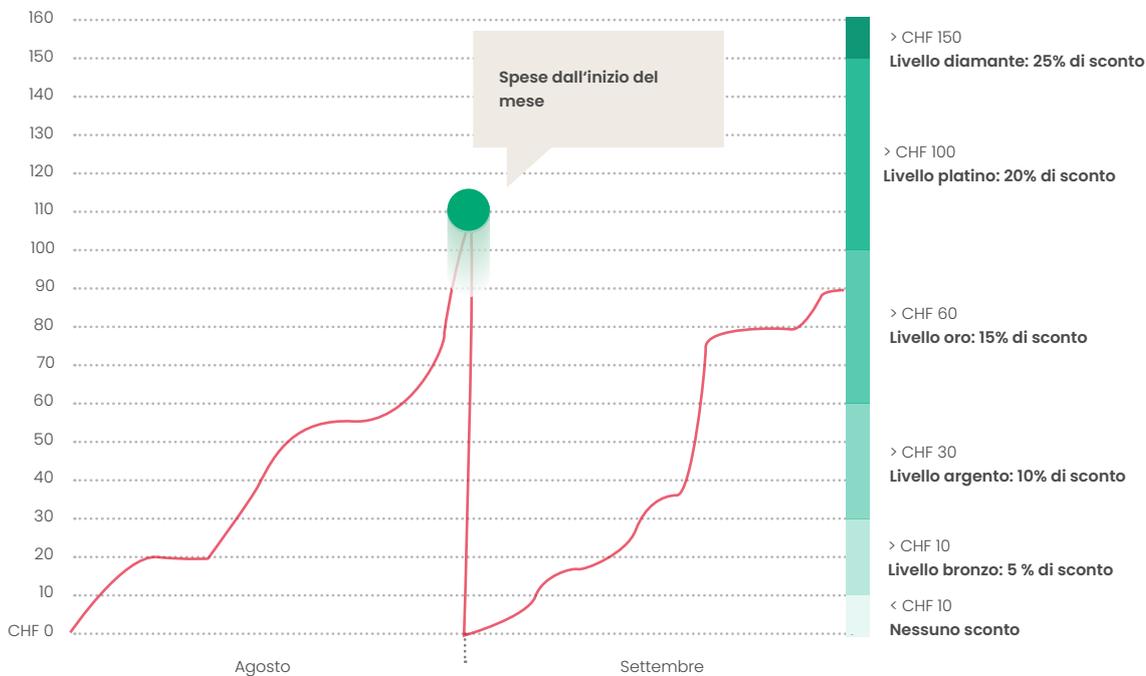


Incentivo alla continuità

Lo sconto funziona come un "bonus" che si mantiene con l'uso continuo: chi utilizza quotidianamente i mezzi pubblici ottiene uno sconto continuo.

Sconto mensile

Lo sconto dipende dalle spese totali del mese in corso. All'inizio di ogni mese, lo sconto viene resettato.



Il "Gamification" degli sconti

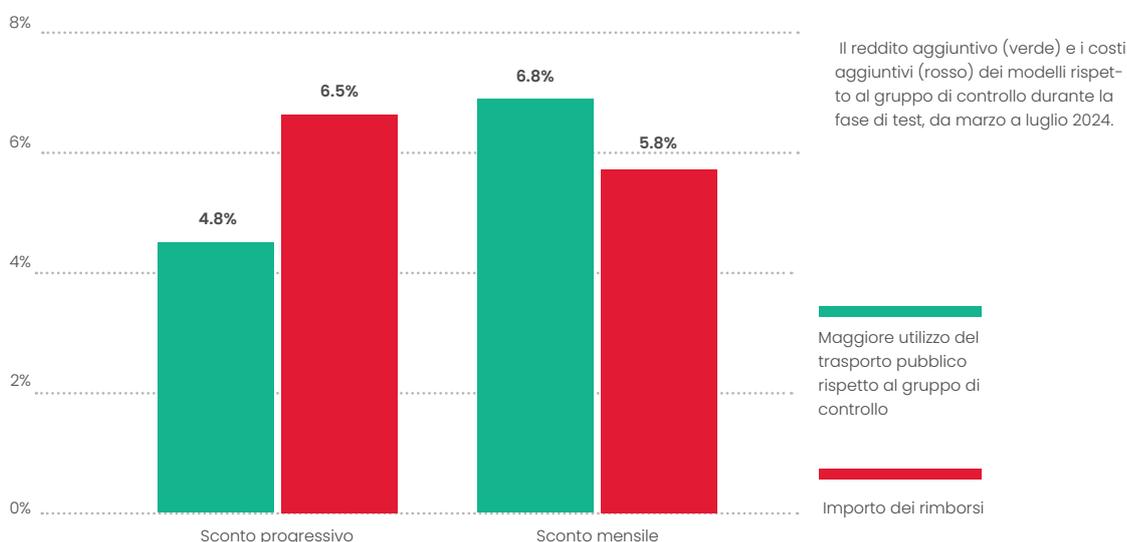
Le diverse fasce di sconto motivano gli utenti a usare i mezzi pubblici ogni mese per raggiungere uno sconto maggiore.





Principali risultati dell'analisi di mercato

Il test di mercato ha fornito preziose informazioni sul comportamento degli utenti e sulla redditività dei modelli testati:



Aumento dell'utilizzo

Il confronto con il gruppo di controllo ha mostrato che entrambi i modelli di sconto hanno portato a un aumento significativo dell'uso del trasporto pubblico. In particolare, il modello basato sullo sconto mensile si è rivelato uno strumento efficace per incentivare ulteriori viaggi e rafforzare la fidelizzazione dei clienti.

Redditività del modello mensile

La valutazione economica dei modelli si è basata sul rapporto tra i costi degli sconti e i ricavi aggiuntivi generati. Il modello dello sconto progressivo non è risultato economicamente sostenibile. Il modello mensile, invece, si è dimostrato redditizio: i costi degli sconti, aumentati del 5,8%, sono stati ampiamente compensati da un incremento dei ricavi pari al 6,8%. Ciò dimostra che gli sconti sono vantaggiosi anche dal punto di vista economico per A-Welle!

Feedback positivo dei clienti

I riscontri degli utenti sono stati estremamente positivi. Il modello di sconto è stato spontaneamente indicato come un'alternativa valida ai biglietti multi-corsa tradizionali. Molti utenti hanno apprezzato la semplicità e la flessibilità della soluzione digitale.

Vantaggi dei modelli di sconto digitali

I risultati del test di mercato dimostrano che i modelli di sconto digitali offrono vantaggi significativi sia per le aziende di trasporto che per i passeggeri. Tra i principali benefici:



Fidelizzazione dei clienti

Gli sconti attrattivi, combinati con la semplicità d'uso dell'app FAIRTIQ, incentivano viaggi ripetuti e rafforzano il legame con il trasporto pubblico.



Offerte ottimizzate grazie all'analisi dei comportamenti

La digitalizzazione dei modelli di sconto consente di analizzare meglio il comportamento dei passeggeri, permettendo un continuo miglioramento dei sistemi tariffari.



Aumento dei viaggi e dei ricavi

Gli sconti incoraggiano i clienti a utilizzare più spesso autobus e treni, contribuendo a un incremento delle entrate per le aziende di trasporto.



Maggiore attrattiva del trasporto regionale

Gli sconti digitali rendono il trasporto pubblico più interessante sia per i viaggiatori occasionali che per quelli frequenti, semplificando l'accesso e migliorando l'esperienza d'uso.



Flessibilità nella creazione delle offerte

A differenza dei tradizionali biglietti multi-corsa legati alle zone, i nuovi modelli si basano sull'importo totale delle spese. Questo approccio consente una maggiore flessibilità e una personalizzazione più adatta alle esigenze degli utenti.



Prospettive future: Introduzione del modello di sconto „premyo“

Grazie ai risultati positivi del test di mercato, la comunità tariffaria A-Welle ha deciso di eliminare gli sconti sui biglietti multi-corsa cartacei e di introdurre il nuovo modello digitale „premyo“ tramite l'app FAIRTIQ. Se durante il test l'accesso era limitato a un gruppo selezionato, ora il nuovo sistema sarà disponibile per tutti i passeggeri, con particolare attenzione ai nuovi utenti.



Panoramica del modello „premyo“

Dal 1° dicembre 2024, gli utenti che viaggiano nell'area A-Welle con l'app FAIRTIQ possono ottenere fino al 25 per cento di sconto. L'entità dello sconto dipende dall'utilizzo del trasporto pubblico nel rispettivo mese di calendario. Più frequentemente i passeggeri utilizzano autobus e treni, maggiore sarà lo sconto che ricevono. Questo consente un utilizzo flessibile senza obblighi di abbonamento a lungo termine ed è quindi rivolto anche agli utenti per i quali un abbonamento non è conveniente.



Ulteriore obiettivo del nuovo modello di sconto

Oltre a rafforzare la fidelizzazione dei clienti e rendere il trasporto pubblico più attraente per i viaggiatori frequenti sotto la soglia di convenienza di un abbonamento, così come per i viaggiatori occasionali, „premyo“ mira a incentivare l'utilizzo di soluzioni digitali per i biglietti e a ridurre la dipendenza dai tradizionali biglietti cartacei. L'accesso digitale offre un'alternativa semplice, intuitiva e sostenibile al sistema tradizionale di distribuzione dei biglietti. Inoltre, questa soluzione digitale riduce i costi di acquisto e manutenzione di infrastrutture costose come validatrici, distributori automatici e il servizio di vendita dei biglietti gestito dal personale sugli autobus.



«La collaborazione con A-Welle evidenzia il ruolo di FAIRTIQ nel sostenere i sistemi tariffari regionali nello sviluppo di soluzioni innovative e incentrate sulle esigenze dei clienti. Questo approccio non solo favorisce l'incremento dei passeggeri, ma contribuisce anche ad aumentare le entrate. Insieme, promuoviamo un trasporto pubblico più sostenibile.»

Luise Rohland, Chief Product and Marketing Officer, FAIRTIQ

Perché scegliere FAIRTIQ?

La collaborazione con FAIRTIQ ha offerto alla comunità tariffaria A-Welle vantaggi significativi:



Analisi dei dati per modelli futuri

La collaborazione consente di analizzare i dati raccolti per sviluppare modelli tariffari più efficaci in futuro.



Dimostrazione della redditività degli sconti

I risultati del test di mercato hanno dimostrato che i modelli di sconto possono essere redditizi, giustificando così ulteriori investimenti in iniziative simili.



Ottimizzazione dei ricavi

Grazie ai modelli di sconto innovativi, è possibile migliorare i ricavi complessivi e aumentare la redditività.



Esperienza con esperimenti tariffari

FAIRTIQ vanta una vasta esperienza in questo campo e può condurre test di mercato su piccoli gruppi, con risultati misurabili grazie alla distribuzione casuale tra gruppi di test e di controllo.



Comunicazione diretta con gli utenti

Attraverso FAIRTIQ, A-Welle può comunicare direttamente con gli utenti, reagire rapidamente ai loro feedback e inviare notifiche push automatiche per incentivare ulteriori viaggi.



Flessibilità nella progettazione dei test

FAIRTIQ può adattarsi rapidamente ai cambiamenti, modificando il design del test in base alle esigenze del partner.



E cosa possiamo fare per voi?

Volete testare un modello simile nella vostra regione?

Scoprite come collaborare con noi per rendere la vostra offerta di trasporto pubblico ancora più innovativa, orientata al cliente e conveniente.

sales@fairtiq.com