

# Factsheet Pull-Vermarktung.

Ihre Integration des gemeinsamen  
Freizeitangebots.

In diesem Factsheet finden Sie  
nützliche Hinweise zur Integration  
unseres gemeinsamen  
Angebots.

Dans cette fiche d'information,  
vous trouverez des conseils  
utiles sur l'intégration de notre  
offre commune.

En français.

In questa scheda troverete infor-  
mazioni utili sull'integrazione  
della nostra offerta congiunta.

In italiano.

## Pull-Vermarktung: Ihre Integration des gemeinsamen Angebots.

Mit Ihrem Key Account Manager von RailAway haben Sie sich auf eine Auswahl an Massnahmen innerhalb Ihrer Vermarktungskanäle geeinigt:



Weisen Sie in **Hit-Monaten** auf den ÖV-Hit zum Angebot hin.

Informieren Sie **in den anderen Monaten** zur ÖV-Anreise und zum RailAway-Angebot.

Sie erreichen eine zielgruppengerechte Vermarktung ausserhalb des ÖV-Umfelds.

## Timing.

### Integration.

-  **Empfehlung:** Setzen Sie die Integration des Hits während den ersten 14 Tagen der ÖV-Hit-Monate an.
-  **Option:** Publizieren Sie frühestens 15 Tage vor Beginn des Hit-Monats.
-  Sie möchten früher kommunizieren? Bitte nehmen Sie Kontakt mit Ihrer Ansprechperson bei RailAway auf.

### Reporting.

Senden Sie Ihren Report zu den umgesetzten Massnahmen idealerweise 15 Tage nach dem ÖV-Hit dem Key Account Manager zu.

## Inhalt und Rabattkommunikation.

### ÖV-Hit.

- Bringen Sie Ihren Kund:innen den ÖV-Hit näher und verwenden Sie für den ÖV-Rabatt die Formulierung «bis zu 50% Rabatt». Erwähnen Sie die Rabatte auf Anreise und Freizeitleistung.
- Betten Sie, wo möglich, den Gültigkeitszeitraum des ÖV-Hits und den Shortlink zum Angebot ein. Hinterlegen Sie den Trackinglink.

### Basisintegration.

- Weisen Sie auf Ihrer Webseite auf die ÖV-Anreise und auf die Vergünstigungen des RailAway-Angebots im Allgemeinen hin. Keine Rabattangabe nötig.
- Diese Integration bedarf keiner Anpassung bei einem Wechsel vom Standard- zum Hit-Angebot.

 Nutzen Sie die zur Verfügung gestellten Materialien als Inspiration oder als Vorlage.

### Wichtiger Hinweis.

Die Kommunikation eines expliziten Rabatts (z.B. «bis zu 50% Rabatt») bedarf einer Preisaufschlüsselung auf der Ziel-URL, die Kund:innen erläutert, wie sich der Preis zusammensetzt. Auf den Angebotsseiten von SBB RailAway ist dies gewährleistet.

Leiten Sie von einem Werbemittel auf eine eigene Landingpage zum «RailAway-Hit», stellen Sie bitte die Preisaufschlüsselung sicher. Gerne stehen wir bei Fragen unterstützend zur Seite.

## Hilfsmittel & Vorlagen

Mit diesen Unterlagen möchten wir Sie unterstützen:

### Textvorlagen

für Webseitenintegrationen und zur Inspiration für weitere Massnahmen.

### Media-Kit

mit Logo, Bildmaterial und Beispielen für Integrationen.

### Störer-Elemente

zur Darstellung von Angebot und Rabatt.

Die Trackinglinks sowie den Shortlink zur Angebotsseite erhalten Sie von uns. Sie finden beides im Dokument «Übersicht Gegenmassnahmen».



## Brand.

### Brand.

Bitte beachten Sie in Ihrer Integration bei der Erwähnung unserer Brand die korrekte Verwendung der Wortmarke und des Logos:

- SBB RailAway
-  **SBB CFF FFS**  
**RailAway**
- Railaway, RailAway-Kombi, SBB

### Naming.

Berücksichtigen Sie, dass das Angebot verschiedene Ausprägungen enthält. Wählen Sie in der Kommunikation die entsprechende Bezeichnung:

- Railaway-Hit  
für Angebote ab 30% Rabatt.
- Railaway-Angebot  
für Angebote mit <20% Rabatt.
- Snow'n'Rail Davos Klosters  
Art'n'Rail Fondation Beyeler etc.

## Checkliste zur Unterstützung.

ÖV-Hit integriert.

Basisintegration des Angebots ohne expliziten Rabatt.

Trackinglinks hinterlegt, wo es technisch umsetzbar ist.

Bei allen weiteren Massnahmen den Shortlink abgebildet.

ÖV-Rabatt immer mit «bis zu 50% Rabatt» kommuniziert.

Gültigkeitsdatum angegeben.

Angebotsnaming und Brand berücksichtigt.

Bei vorzeitiger Kommunikation (> 15 Tage vor Beginn Hit-Monat): Kontakt mit RailAway aufgenommen.