

metro



bizimoduak
maneras de vivir

lifestyles

Una nueva marca



Campaña Metro Bio:

- Medio ambiente y movilidad sostenible
- Calidad de vida y servicio
- Compromiso con la sociedad

Una nueva manera de vivir....



Objetivos de la campaña:

• Conciencia sostenible

- Concienciar a sociedad de que cada viaje realizado en metro supone la mayor contribución hacia la mejora del medio ambiente, **y está a su alcance.**
- La creación de esta conciencia puede motivar a clientes potenciales.

• Identificación sostenible

- Creación de una satisfacción personal, por una actividad cotidiana que toma un nuevo enfoque; **la identificación de los y las usuarias del transporte público como abanderadas** del desarrollo sostenible.
- Refuerzo de la decisión de uso entre los clientes actuales.





- **Imagen de marca**
 - Imagen de empresa de conciencia medioambiental y comprometida con la sociedad que colabora de **manera activa** en su desarrollo.
 - La asociación con el desarrollo sostenible refuerza la imagen de marca y la hace más atractiva para los clientes y la sociedad.
- **Compromiso de empresa**
 - La **excelencia en calidad** de servicio aportándole mayor valor al mismo.
 - Integración de los participantes, **empleados y empleadas** de la empresa en un proyecto de compromiso social basado en la calidad de servicio y desarrollo medioambiental.





Características de la campaña:

- **Unificación de conceptos**
 - Creación de una marca / logotipo que engloba todos los conceptos
- **Adaptabilidad a futuro**
 - La marca puede adaptarse a futuras acciones relacionadas en este ámbito.
- **Optimización de la repercusión**
 - Programación de la campaña aprovechando la repercusión mediática
 - Inicio de campaña: Día Internacional del medio ambiente
 - Acciones especiales: “Semana sin coche”



La campaña



- **Identificación**
 - Representación de todos los estratos de la sociedad.
 - Campaña bilingüe.
- **Credibilidad**
 - Aportación de datos.
- **Retención**
 - Utilización de un gingle “Maneras de vivir”
 - Literalmente asociado con el mensaje y leitmotiv de la campaña.
 - Canción muy conocida, familiar para los usuarios.



La campaña



- Cobertura, canales de comunicación
 - [Spot TV](#)
 - Prensa
 - Radio
 - Circuito OPPI / MUPI marquesinas
 - Circuito OPPI / MUPI Metro Bilbao
 - Pantallas



metro



bizimoduak
maneras de vivir

lifestyles