



Golden Chariot Project
www.publictransportweek.ru



Секреты позиционирования транспорта рассказали на выставке «ЭлектроТранс»

21-23 сентября в Москве в «Экспоцентре» состоялась 11-я международная выставка [«ЭлектроТранс»](#). В экспозиции и деловой программе приняли участие 144 организации: крупнейшие транспортные компании, ведущие производители подвижного состава, профильные федеральные и муниципальные структуры. Выставка прошла в рамках Российской недели общественного транспорта. Особое внимание в этом году было приковано к импортозамещению, технологиям обеззараживания и коммуникациям с пассажирами. Впервые за многие годы состоялась специальная сессия, посвященная популяризации общественного транспорта.

На выставке были представлены актуальные модели троллейбусов, электробусов, электрокаров, электросамокатов, технологические решения в области материалов, компонентов и систем рельсового транспорта. Несмотря на значительную модернизацию, развитие маршрутных сетей и повышение уровня комфорта, с 2010 года, по данным Росстата, число пассажиров общественного транспорта в мегаполисах сократилось на 20%. Многие города поняли: чтобы сделать общественный транспорт привлекательным, необходимы также актуальные формы коммуникации с пассажирами.

*«Участники и гости выставки узнали, как эффективно решать задачу позиционирования компаний, - рассказал модератор сессии, медиа-менеджер **Александр Жестков**. – Мы проанализировали конкретные примеры из операционной деятельности: открытие и закрытие маршрутов, изменение стоимости проезда, ремонты, а также имиджевые активности, нацеленные на расширение лояльной аудитории. Среди них - создание музеев, организация тематических праздников, экскурсий, развлекательных программ, рекламных и маркетинговых кампаний».*

Так, эксперты высоко оценили эффект от экскурсионного проекта «Культурный маршрут», который был запущен в петербургских рейсовых автобусах в 2016 году и стал первым в своем роде в России. В Москве получили признание ночные экскурсии в метро, которые организует Центр профориентации Транспортного комплекса столицы совместно с музеем Москвы. Были исследованы и неудачные примеры коммуникаций с пассажирами.

*«Реклама не должна быть навязчивой. Также не стоит выдавать вынужденные решения за оптимальные. Нужно с уважением относиться к пассажирам. Важно сообщать то, что для них важно. В понятной форме», - подчеркнул Председатель Союза пассажиров, член Общественного совета при Министерстве транспорта РФ **Кирилл Янков**.*

Важным аспектом развития и популяризации транспорта является профориентация. В рамках выставки прошел первый Молодежный форум специалистов предприятий городского транспорта и студентов профильных вузов и средних учебных заведений.