

בריף למצגת אסטרטגיה – מכרז מס' 63/20 למתן שירותים בתחום המדיה החברתית

רקע קצר:

נתיבי איילון הוקמה ב-1970 בבעלות משותפת של עיריית ת"א והמדינה. במרץ 2017 התקבלה החלטת ממשלה שהגדירה מחדש את מטרות החברה ונתיבי איילון הפכה לחברה ממשלתית בבעלות מלאה.

במתכונתה הנוכחית נתיבי איילון הינה חברה ממשלתית המובילה פרויקטים תחבורתיים רחבי היקף ותקציב במרחב העירוני והמטרופוליני, אשר תכליתם הוא לייצר העדפה לתחבורה ציבורית ושיתופית והפחתת שימוש ברכב הפרטי.

נתיבי איילון היא למעשה חברה חדשה לגמרי, עם סגירת של מיטב המוחות בתחום. בעקבות השינויים, נעשה תהליך של מיתוג מחדש הכולל שפה גרפית ואסטרטגיה שיווקית חדשה. בניגוד לתפיסה הרווחת בציבור, כביש 20 הוא רק חלק קטן מפעילות החברה הענפה ומכיוון שהשם שלנו הוא "נתיבי איילון" הציבור מקשר את הפעילות שלנו לכביש בלבד.

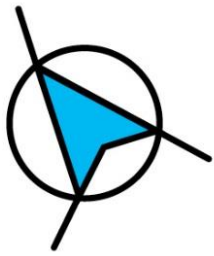
כיום, מנוהלים בנתיבי איילון פרויקטים מגוונים אשר ייצרו קשת של פתרונות תחבורתיים לציבור הרחב: נתיב מהיר עם מערכת שאטלים חנימיים, רשת נתיבי תחבורה ציבורית בכל מרכז הארץ, רשת שבילי אופניים.

בעיית הגודש בכבישים היא בעיה מורכבת ולכן, מעבר לפרויקטים בתחום התשתיות אנו עוסקים בפתרונות מעולם ניהול ביקושים ("דרך ערך" ו"נתיב לעסקים").

בנוסף, אנחנו מבצעים שלל פרויקטים הנדסיים, תכנון תחבורה ארוך טווח ומשמשים כזרוע הטכנולוגית של משרד התחבורה ולמעשה מחברים בין הרגולטור לבין הסטארט-אפים בתחום האוטו-טק כדי לנסות להטמיע טכנולוגיות מתקדמות בצורה מיטבית בשלל הפרויקטים התחבורתיים בארץ.

כדי לקרוא בהרחבה על פעילות החברה והפרויקטים ניתן לבקר באתר:

www.ayalonhw.co.il



מטרות על שלנו ברשתות החברתיות:

1. מיצוב נתיבי איילון כחברה מובילה ומקצועית בתחום התחבורה והתשתיות, המקדמת פרויקטים בעלי חשיבות גבוהה לציבור הישראלי.
2. תקשור שוטף של העשייה השוטפת שלנו בפרויקטים השונים כחלק מהפתרון הכולל לבעיית הגודש ויצירת רשת של פתרונות כחלופה לנסיעה לבד ברכב הפרטי
3. לתקשר את היעוד והחזון החדשים של החברה (לא רק כביש 20)
4. כלי לתקשור העשייה שלנו לציבור משתמשי הדרך, מקבלי ההחלטות, רשויות מקומיות, בעלי עניין ועובדים פוטנציאליים
5. שקיפות ודו – שיח עם הציבור, עדכון בהסדרי תנועה משמעותיים, מפגשי ציבור, יצירת שיח חיובי וניהול השיח השלילי

אתגרים :

1. עמוד הפייסבוק עלול לשמש גם כתיבת תלונות
2. פרויקטי הדגל שלנו נמצאים בביצוע – כך שכרגע הציבור מרגיש בעיקר את הקושי, אין לנו עוד "מוצר מוגמר" למכור לציבור.
3. קשה מאד להסביר לציבור את המורכבות ואת העבודה הקשה שנעשית בתחום התשתיות – שלב התכנון המורכב, למה זה לוקח כל כך הרבה זמן. והתחושה הכללית בציבור בכל הנוגע לעבודות תשתית היא חלמאות – למרות שבנתיבי איילון אנחנו עושים את המקסימום כדי לייצר עתיד תחבורתי טוב יותר.
4. נתיבי איילון מתקשרת בראש ובראשונה לכביש 20. אנחנו נרצה כאמור להדגיש את הייעוד והעשייה שלנו.
5. . אנו מתעסקים במספר תחומים הפונים לקהלי יעד שונים כאשר כל העשייה היא תחת חברה אחת ועמוד פייסבוק אחד.

דגשים והנחיות:

במצגת האסטרטגית, נרצה לראות ביטוי קריאטיבי למטרות והאתגרים אותם ציינו כאשר פייסבוק היא הרשת המרכזית. נבקש לראות דוגמא לשני תחומי פעילות שונים תחת מותג העל- נתיבי איילון. לדוגמא: רשת שבילי האופניים- אופנידן/ רשת נתיבי התחבורה הציבורית

מהיר לעיר/ טכנולוגיות/ סלילת הנתיבים המהירים. ניתן גם לבחור גם תחומים אחרים אותם תוכלו למצוא באתר האינטרנט, עמוד הפייסבוק ועמוד היו-טיוב של החברה.

הנכסים הדיגיטליים של חברת נתיבי איילון:

- אתר חדש לחברה – www.ayalohw.co.il
- עמוד פייסבוק
- עמוד יו טיוב
- לינקדאין ואינסטגרם חדשים

בהצלחה!

שחר בן ארצי,
מנהלת תחום דוברות ותשורת שיווקית
נתיבי איילון