From: "10.2.e " <10.2.e @felyx.com>
Sent: Thu, 30 Sep 2021 09:03:55 +0100
To: "10.2.e " <10.2.e @amsterdam.nl>
Cc: "10.2.e " <10.2.e @felyx.com>
Subject: RE: Report Piet Heintunnel campagne fase 2
Attachments: Automatisch antwoord: Factuur Campagne renovatie Piet Heintunnel deel 2 van 2 | opdrachtnummer 41451810 - retourcode 5750002

Hi 10.2.e

Super, hoor het graag als je vragen hebt!

De factuur heb ik zojuist verzonden, je staat in de cc. Zou heel fijn zijn als jij dit zou kunnen navragen. Ik heb het emailadres gebruikt dat in de opdrachtbrief staat, en ook een ontvangstbevestiging gekregen (zie bijgevoegd).

Groet,
10.2.e

felyx

10.2.e | Manager Global Operations
Felyx Sharing B.V.
Joan Muyskenweg 22, 1096 CJ, Amsterdam
10.2.e @felyx.com | 10.2.e | www.felyx.com | KvK: 68094434

Van: 10.2.e <10.2.e @amsterdam.nl>
Verzonden: dinsdag 28 september 2021 14:45
Aan: 10.2.e <10.2.e @felyx.com>
CC: 10.2.e <10.2.e @felyx.com>
Onderwerp: RE: Report Piet Heintunnel campagne fase 2

Hi 10.2.e
Dank voor je mail met info.
Ik ga zelf nog even goed kijken en kom dan met wat inhoudelijkere reactie.
Ik kan wel vast toezeggen dat zodra jullie 2e factuur sturen, ik ook even na zal gaan waar 1e factuur is blijven hangen.
Jullie hebben juiste adres gebruikt toch voor de factuur?

Groetjes 10.2.e

Van: 10.2.e <10.2.e @felyx.com>
Verzonden: dinsdag 28 september 2021 12:31
Aan: 10.2.e <10.2.e @amsterdam.nl>
CC: 10.2.e <10.2.e @felyx.com>
Onderwerp: Report Piet Heintunnel campagne fase 2

Hi 10.2.e

Bijgevoegd de rapportage over de tweede fase van de Piet Heintunnel campagne.

Voor de tweede campagneperiode valt het volgende op:

- Het aantal ritten is ten opzichte van de periode tussen de campagnes week op week gestegen.
- Ritten zijn niet zichtbaar langer geworden
- Het aantal ritten per klant per week ligt iets lager in de campagneperiode dan in de weken ervoor.

Ten opzichte van de eerste campagneperiode zie ik een aantal veranderingen in rijgedrag:

- Minder nadruk op ritten naar de westkant van het centrum & Zuid.
- Meer verkeer naar Amsterdam Oost/Watergraafsmeer
- Er lijkt meer verkeer te zijn gekomen vanuit de Pijp/omgeving Museumplein

Wij hebben alle klanten hun gespaarde minuten inmiddels uitbetaald en daarbij wederom een ondergrens aangehouden van 5 minuten per klant. In totaal hebben wij voor deze tweede fase voor een waarde van bijna EUR 10.2.b aan bonusminuten uitgekeerd.
De registratiecode is tot op heden 20 keer gebruikt, en wordt nog steeds gebruikt. Waarschijnlijk is dit het resultaat van het verspreiden van de flyer.

Ik denk dat we wat betreft de toename in het aantal ritjes tevreden kunnen zijn over de campagneperiode. Ik ben benieuwd of zich dat ook heeft vertaald naar een minder hoge druk op het ov/wegennet dan was verwacht. Wat is jullie beeld daarvan?
De registratiecode is wat mij betreft minder succesvol geweest. Wel kan het natuurlijk zijn dat mensen zich via de normale weg hebben geregistreerd na openen van de website/app. Die registraties zie je in deze cijfers niet terugkomen.

De vraag over wanneer we precies extra scooters zullen plaatsen incl. de bijbehorende servicegebiedaanpassingen heb ik nog even uitstaan. Daar kom ik graag zsm bij je op terug!

Tenslotte nog één ander punt over de factuur. Ik begreep van onze finance afdeling dat die voor het eerste deel nog niet betaald was en bij navraag kregen zij terug dat de factuur bij de gemeente niet bekend was. Ik heb wel een bevestiging teruggekregen op het versturen van de factuur, dus het lijkt erop dat dat niet goed is gegaan. Ik zal vandaag of morgen de tweede factuur versturen en deze ook met jou delen. Zou jij ook navraag willen doen naar de status/afhandeling van deze facturen?

Alvast veel dank en als je vragen hebt over de campagne/rapportage hoor ik dit graag!

Hartelijke groeten,

felyx

10.2.e | **Manager Global Operations**
Felyx Sharing B.V.
Pilotenstraat 37, 1059 CH Amsterdam
10.2.e @felyx.com | 10.2.e | www.felyx.com | KvK: 68094434

Van: 10.2.e
Verzonden: dinsdag 27 juli 2021 17:14
Aan: 10.2.e <10.2.e @amsterdam.nl>
CC: 10.2.e <10.2.e @felyx.com>
Onderwerp: Report Piet Heintunnel campagne fase 1

Hi 10.2.e

Bijgevoegd onze rapportage over de eerste fase van de Piet Heintunnel campagne, om morgen te bespreken.

In het kort onze belangrijkste conclusies:

- Zoals in de opdrachtbrief aangegeven hebben we de eerste campagneperiode vergeleken met de 2 weken voor de start van de campagne. Je ziet dat het aantal ritten in deze periode niet is toegenomen. Wat je wel ziet is dat ritten gemiddeld langer zijn geworden en dat er per klant gemiddeld meer gereden is. Mogelijk heeft de start van de vakantie iets te maken met de daling in het totaal aantal ritten.
- De vlekkenkaarten laten zien dat de klanten die de scooter van/naar het campagne gebied gebruiken veelal als start-/eindpunt het centrum van de stad en de Pijp te hebben
- Wat verder opvalt is dat er ook best veel naar de Baarsjes en omgeving Rai gereden wordt. Dit zijn lange ritten.

- Het budget is elke week op gegaan.

Alle klanten hebben hun gespaarde minuten inmiddels ontvangen. Wij hebben hierbij een ondergrens van 5 minuten aangehouden, omdat we minder een wat knullig gebaar vonden richting onze klanten. Deze kosten nemen wij voor onze rekening. In de volgende rapportage nemen we ook de weken tussen de twee campagneperiodes mee. Interessant om te zien of de extra bonusminuten effect hebben.

We spreken elkaar morgen!

Groet,

10.2.e

felyx

10.2.e | **Manager Global Operations**

Felyx Sharing B.V.

Pilotenstraat 37, 1059 CH Amsterdam

10.2.e @felyx.com | 10.2.e | www.felyx.com | KvK: 68094434

De gemeente Amsterdam streeft naar optimale dienstverlening en zorgvuldige afhandeling van e-mailverkeer. Als deze e-mail niet voor u is bestemd, laat dit dan weten aan de afzender en verwijder de e-mail. Voor meer informatie: www.amsterdam.nl/proclaimer.

CAUTION: This email originated from outside of the organization. Do not click links or open attachments unless you recognize the sender and know the content is safe.