**From:** "10.2.e " <10.2.e @felyx.com>
**Sent:** Tue, 27 Jul 2021 16:13:33 +0100
**To:** "10.2.e " <10.2.e @amsterdam.nl>
**Cc:** "10.2.e " <10.2.e @felyx.com>
**Subject:** Report Piet Heintunnel campagne fase 1
**Attachments:** 202107 PH-tunnel campaign_pt.1.xlsx

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