

2012.

# A Budaörsi Városkártya javasolt rendszere



# I. Összefoglaló

A kártyarendszerek nyújtotta előnyöket a piaci szereplőkön túl a települési önkormányzatok is kezdik felismerni, és a széles körű nemzetközi elterjedés után Magyarországon is egyre több helyen vezetnek be különböző kedvezmény és hűségmodelleket kínáló/kombináló megoldásokat a települések lakói, dolgozói és az oda látogató turisták számára.

A sima, plastik kedvezménykártyák azonnali pénzmegtakarítást, pénzvisszafizetést eredményeznek, a pontgyűjtő kártyák többszöri visszatérő fogyasztásra ösztönöznek, a helyi hűségprogramok a helyi gazdaság erősödését szolgálják (növelik a helyi fogyasztás gyakoriságát és volumenét). Az intelligens kártyák a fenti megoldások többségét képesek ötvözni, ugyanakkor már kétirányú információáramlást is lehetővé tesznek, a fejlettebb technológiai megoldások pedig képesek teljesen kiküszöbölni a bankkártyás alapú, vagy közvetlen pénzforgalmon alapuló fizetést.

A városkártyák akkor sikeresek, ha élnek. Olyan modell bevezetése szükséges, amelyre a helyi szolgáltatói és felhasználói közösségnek valóban igénye van – a tervezés során így nem az általánosságok kell, hogy meghatározóak legyenek, hanem a lokális fogyasztási és kínálati (szub)kultúra, a kibocsátó elvárásai a kártyával szemben és a bevezetés lehetőségei.

A 2012 augusztusában zajló kutatásban közvélemény kutatást és adatfelvételt végeztünk a helyi lakosság és a helyi vállalkozók körében.

Általánosan megállapítható, hogy a budaörsi válaszadók körében (annak ellenére, hogy a különböző hűségkártyák használata nem jellemző, nem elterjedt) **magas arányban vennék igénybe a lakosok a városkártya által nyújtott különböző szolgáltatásokat** (leginkább a kereskedelem, vásárlás területén). A válaszadók egyaránt **igénylik a közvetlen és közvetett információnyújtást** is: szórólap, önálló honlap és névre szóló e-mail megkeresés közel egyenlő arányban szerepelt a tájékozási lehetőségek között.

A **vállalkozói mintában** nem ugyanilyen magas arányban, de **szintén a bevezetés melletti válaszok kerültek többségbe**. A vállalkozók számára a kártyában jelenleg kevésbé fontos a lokalitás szempontjainak érvényesülése, a helyi kereskedelem támogatásának közvetett felismerése. Pénzügyi szemlélettel közelítik meg a programot: amennyiben megéri (és úgy gondolják, hogy nekik megéri) támogatják, amennyiben olyan területen működnek, amely szolgáltatási köre a városon túlér nem kezelik releváns kérdésként. Mindezekből következik, hogy *kevésbé tesznek különbséget helyi és Budaörsön kívüli vásárlók között* is (kevésbé értettek egyet azzal az állítással, hogy a budaörsieket a máshonnan érkezőkkel szemben nagyobb kedvezmények illetnék meg). Ugyanakkor a vállalkozói légkör támogató: kétharmada a válaszadóknak **saját terméket is ajánlana a programba**.

## II. Bevezetés

A magyarországi városkártyák általában két nagy csoportba sorolhatók. Egy részük *turisztikai városkártyaként* szolgál és a *városba érkezőknek nyújt kedvezményeket*. A másik csoport a *hűségkártyák* köre, amelyek inkább a *helyi lakosokat támogatják*: céljuk a lokális gazdaság erősítése, a vásárlóerő településen tartása, a rendszeresen visszatérő vásárlás, a hűség és kötődés kialakítása a szűkebb lakótér vállalkozásai felé azzal, hogy a helyi kereskedők, szolgáltatók által nyújtott kedvezmények körét kínálja a kártyabirtokosok felé.

### *Azonnali kedvezményeket biztosító kártyák*

A felmutatós kedvezménykártyák használata során a kártyabirtokosok a fizetéskor felmutatják kártyájukat és ekkor azonnali kedvezményt kapnak a vásárolt termék, vagy szolgáltatás árából. Ez a rendszer működik jelenleg a legtöbb városi kártyaprogramban is, tekintettel arra, hogy nem igényel különösebb beruházást, viszont megvannak a maga hátrányai is. A felmutatós kártyákat a kereskedelmi partnerek egy része elutasítja, tekintettel arra, hogy a kártya használatának nem keletkezik bizonylata; további hátránya, hogy a kisebb mértékű kedvezményeket a kártyabirtokosok nem veszik igénybe, nem veszik elő kártyájukat.

### *Pontgyűjtő kártyák*

A pontgyűjtő kártyák hazánkban a multinacionális cégek programjaiként indultak el (Supershop kártya, Smart kártya, Multipont stb.), de ma már a széles körű felhasználás és a könnyű integrálhatóság miatt egyre elterjedtebb a különböző városkártya programokban is (szemben a városkártyák korai hullámaival, amelyek inkább csak azonnali kedvezményeket nyújtó, felmutatós kártyák voltak).

A kártyabirtokosok a kereskedelmi partnereknél, vásárlásaik összege után – a teljes ár kifizetése mellett - pontokban nyilvántartott visszatérítést kapnak, amelynek értékét, mértékét a partnerek saját maguk határozzák meg. A vásárlások által kibocsátott pontok összeadódnak, melyek a programon belül bárhol beválthatók, és az üzemeltető cég a beváltást végző partner számára megtéríti a beváltott pontok ellenértékét (így a beváltáskor a partnernél bevételkiesés nem keletkezik).

### **A hűségprogramok alapvető célja a vásárlói hűség- és eladásösztönzés, valamint a keresletterelés**

A hűségprogramok működési elvei, céljai és elvárt kimenetei a következők lehetnek:

- a visszatérő vásárlók állandó és előre jól kiszámítható jutalomban részesítése;
- a kártyatulajdonosok számára azonnali kedvezmények formájában azonnali megtakarításokat eredményezzen, olcsóbbá téve a közlekedés, kultúra, sport, ruházkodás, étkezés, egyéb kereskedelmi vásárlások és szolgáltatások árait;
- a vásárlókat előrehozott, vagy többletvásárlásra késztetése;
- ösztönzően hat arra, hogy a megjelölt partnercégeknél vásároljon a fogyasztó, azaz a helyi szolgáltatók és szolgáltatások iránti keresletet növeli, erősíti – hozzájárulva a helyi kereskedelem fejlesztéséhez, megerősítéséhez és megerősödéséhez;
- erős és hatékony marketing-eszköz, amely áttekint(het) települési határokon túlra is;
- a hűségpontok jóváírása elektronikus eszközök, terminálok, vagy internetkapcsolattal rendelkező PC-re telepített terminálszoftver segítségével történik;

- erősíti a közösségi összetartozást, lokalitást, a város szeretetét, helyi identitás kifejezőjévé válhat;
- támogatja és erősíti a városi arculatot, a város megítélését pozitív irányba formálja;
- alkalmas lehet beléptető-rendszerek kiváltására (iskola, uszoda), valamint lakosok számára fenntartott, regisztrált szolgáltatások beépítésére (pl. parkolás, hivatali időpontfoglalás, közvélemény-kutatás, hírlevél küldés) – vonalkódos megoldásban és mobil alkalmazásokra is;
- a chip alapú megoldások bővítési lehetőségei széles körűek (szociális-, diák-, nyugdíjas-, turista-, diákkártya típusú továbbfejlesztés, közvetlen demokrácia kiterjesztése, e-gyűlések megszervezése stb.)

### III. Nemzetközi kitekintés

A többfunkciós városkártyák az utóbbi években kezdtek elterjedni. A korábban jellemző, intelligens kártya alapú közlekedési díjtermék-hordozón kívül egyre gyakrabban bukkannak fel más szolgáltatások is a kártya portfóliókban, mint például:

- E-kormányzati azonosító
- Elektronikus pénztárca
- Parkolójegy
- Intézményi belépőjegy

Ugyan a funkcionalitásban gyakran megegyeznek, mégis alapvető különbség fedezhető fel az Egyesült Államokban és az Európában kibocsátott kártyák által megcélzott felhasználói réteg tekintetében. Az amerikai piacon a bankkártya-használat (credit card) évtizedes múltat tekint vissza, lényegesen elterjedtebbnek számít a „plasztikkal” történő fizetés, mint az öreg kontinensen, ahol az utóbbi években ugyan rohamosan nő a kártyahasználók aránya, de még mindig messze elmarad az Egyesült Államokétól.

Éppen a plastik alapú fizetési kultúra elterjedtsége miatt, az amerikai piacon kevésbé merült fel az igény a szolgáltatások egy kártyán (városkártya) történő integrációra, hiszen a felhasználók megszokták, hogy több kártyát hordanak egyszerre maguknál. Az amerikai városkártyák elterjedését így nem a már kiépült infrastruktúra és a felhasználói szokások indukálták, sokkal inkább szociológiai, demográfiai okok.

Az európai példák között a jelen írás városkártya értelmezéséhez legközelebb a csehországi Pilsenben bevezetett városkártya modell áll. A Pilsen kártya bevezetését már 2002-ben tervezték, de a tényleges projektindításra csak 2004 májusában került sor.

A kártya szolgáltatásai:

- Közlekedési díjtermék hordozó
- Belépőjegy
- E-ID (ön)kormányzati ügyintézéshez
- E-pénztárca

A pilseni kártya implementációja 3 fázisban történt:

1. fázis: a városkártya azonosító és adathordozó funkciójának implementációja, amely magában foglalta a közlekedési alkalmazást és a belépő funkciókat intézményekbe;
2. fázis: a városkártya E-purse funkciójának kiterjesztése a helyi önkormányzat tulajdoni körén kívül eső szolgáltatásoknál;

3. fázis: a kártya E-ID funkciójának felhasználása hivatali ügyintézésben, kiváltva a személyi azonosító okmányokat, lehetővé téve a távoli ügyintézés.

A pilseni városkártya e-purse funkcióját 2006-tól a Cseh Nemzeti Bank is támogatja, ezzel lehetővé téve, hogy a kártyán elérhető pénzösszeg ne csak az önkormányzat kezelésében álló szolgáltatóknál legyen felhasználható, hanem a bármilyen, a rendszerhez csatlakozó külső szolgáltató elfogadhassa azt és a kártya mögött álló elszámoló házon keresztül a követeléseit kifizetésre kerüljenek. A szolgáltatás ilyen irányú kiterjesztése kizárólag pénzügyi intézményen keresztül valósulhat meg az Európai Unió tagállamaiban.

A Pilsen kártya sikere nem csak a helyi szolgáltatókat mozgatta meg, hanem olyan, országos (nemzetközi) piaci jelenléttel rendelkező cégeket is, mint a cseh piacon is jelenlévő O2 mobilszolgáltató, akik NFC (Near Field Communication) kompatibilis mobiljukon elérhetővé teszik a Pilsen kártya közlekedési alkalmazásait is, mintegy pilot területként tekintve a 230,000 lakosú Pilsenre.

A kártyákkal kapcsolatos terveket eleinte meglehetősen sok ellenérzés kísérte. A döntéshozó városatyák jelentős része egy költséges, de nem különösebben hasznos kísérletként tekintett a Pilsen kártyára. A gyakorlat azonban a kártya mellett voksolókat igazolta. A Pilsen Kártya magas szintű integráltságával, szerencsésen megválasztott szolgáltatási körével de facto szabvánnyá lépett elő a cseh piacon.

Hollandiában az Octopus card hongkongi fejlesztésű modellje terjedt el. Ennek az „okoskártya” rendszernek fontos jellemzői a kontakt mentes érvényesítés jegyellenőrző kapuknál, mágnes csíkon keresztüli egyenleg töltés illetve költség a szerződött értékesítési pontoknál. A kártya feltölthető, feltöltése bankszámlán, ATM-en, SMS-el, illetve az ügyfélszolgálati helyeken készpénzben történhet. A kártya egyenlegét mindig, mindenkor ellenőrizheti a tulajdonos, interneten, SMS-en illetve a kereskedelmi tranzakció befejeztével. A kártya használatával automatikus gazdaság fehéritési program is kezdetét veszi, hiszen minden költség- terminálon, termékjelöléssel, árral és a vásárlás dátumával teljesül. Nagy előnye, hogy kiskorúak is szülői felügyelet mellett, de önállóan is gazdálkodhatnak a rajta levő kerettel: a gyermek az édesapától kapott készpénzt kártyára kapja, amelyet meghatározott szolgáltatási körre költethet: utazhat, mozizhat, ehet, ihat, folyóiratot, gyógyszertári terméket, könyvtárlátogatást, rendezvényekre belépőt és további eszközöket vásárolhat –kizárva a mindennemű tiltott eszközökre, aktivitásokra fordítható készpénzt.

Az okos kártya üzemeltetője, komplett termékre lefejlesztett statisztikával támogathatja az adott kereskedelmi partnert, aki mind az értékesítési pont lehetőségéért fizet (% ezrelékben, jutalék formájában) továbbá opcionálisan előfizethet a marketing támogatásért, valamint további promóciókban való részvételért.

A 2009-es holland bemutatása óta több mint 5 millió felhasználó választotta a kártya adta egyszerűsített, kényelmes és biztonságos közösségi fizetési formát.

Néhány példa ahol Hollandiában már alkalmazzák a rendszert:

- a, Buszok, kompok, távolsági buszok, taxik, vasutak, villamosok.
- b, Önkiszolgáló szolgáltatók: fénymásolók, illetve ital és snack automaták.
- c, Kereskedelmi boltok/láncok: hipermarketek, gyorséttermi láncok, háztartási boltok, könyvesboltok, fotó szalonok, telekom üzletek.

- d, Mozik, parkok, vidámparkok, éjszakai klubok, vendéglátó helyek, uszodák, sportpályák.
- e, Kereskedelmi illetve lakóépületekben kulcsként illetve „beengedő jogosultságot” biztosít.
- f, Parkolás, parkoló házak, útdíjak, híd átkelési díjak, üzemanyag.
- g, Kórházak (TAJ-TB-vel összehangolva), közintézményben elérhető szolgáltatások, pl. posta, önkormányzat.

Felhasználhatósága korlátlan, a készpénz kiváltása pedig jelentős visszaesést eredményezett az erőszakos bűncselekmények, valamint a vagyon ellen elkövetett bűncselekmények területén is.

## **IV. Hazai városkártyák bemutatása**

Magyarországon a városkártyák több típusa terjedt el. Megtalálható a legegyszerűbb modell (pl. a nyírbátori, azonnali kedvezményt nyújtó turisztikai kártya), a komplex szolgáltatásokat nyújtó modell (Balmazújváros Kártya), és a kártyafunkciókat innovatív fejlesztési megoldásokkal és kísérleti programokkal kombinált CityPass (pl. szolnoki városkártya)..

Válogatásunkban a teljesség igénye nélkül a különböző modellek reprezentáns programjait tekintjük át röviden.

### *Ősfehérvár Kártya*

Ősfehérvár Kártya – „Fehérváriak a Fehérváriakért”

A kártya azonnali kedvezményt nyújtó modellt képvisel, amely készpénzes vásárlásra vonatkozik, és felhasználása során nem vonható össze más kedvezményekkel, akciókkal.

A program lényege, hogy segítse a fehérvári lakosok és a hagyományos üzletek, vállalkozások egymásra találását, vagyis ösztönözze a lokálpatrióta szemléletű vásárlást. A csatlakozott kereskedők, szolgáltatók és vendéglátók bizonyos kedvezményeket nyújtanak annak érdekében, hogy a tudatosan vásárlók, fogyasztók őket, az ŐsFehérvár Program tagjait részesítsék előnyben.

A városkártya lehetőséget teremt az azonnali költségmegtakarításra, helyi és jó minőségű termékek beszerzésére, vásárlásaik barátságos és ismerős környezetben történő megvalósulására. Mindeközben támogatják a helyi termelőket, szolgáltatókat, kereskedőket és szolgáltatókat.

A fehérvári kötődésű, lokálpatrióta szemléletű elfogadóhelyek mindig megújuló, jelentős kedvezményeket kínálnak a fehérváriaknak. Minden hónap harmadik péntekén „ŐsFehérvár Napot” rendeznek, és a programba bekapcsolódók csak erre a napra fenntartott, speciális engedményeket nyújtanak.

Fél évvel bevezetése után több mint 320 elfogadóhelyen 25 ezer városkártya került forgalomba, ezzel Magyarország legnagyobb helyi vásárlói közösségévé nőtte ki magát. A kártyahasználati szokásokat kutató közvélemény kutatások eredménye szerint a megkérdezettek 86%-a csupa kellemes tapasztalatot szerzett vásárlásai során. A kutatások eredményei azt is tükrözik, hogy a kártyatulajdonosok többsége célirányosan használja a

kártyáját, ami annyit jelent, hogy mielőtt bármit vásárolnának, megnézik, hogy a kedvezményeket nyújtó elfogadóhelyek melyike a legkedvezőbb. Elmondható, hogy vásárló centrikusabb várossá nőtte ki magát Székesfehérvár, ahol célirányosabb, racionálisabb és hatékonyabb vásárlói környezet alakult ki.

A kártya nem ingyenes, ára 1200 forint, érvényességi ideje egy év. A lakosok tájékoztatása széles körű: print magazinból (ŐsFehérvár Magazin) és a kártya számára kialakított online oldalon tájékozódhatnak a kedvezményekről. A Magazin kéthavonta jelenik meg 15 ezer példányban, és a több mint 320 elfogadóhely mindegyike egyben terjesztési pont is. A kártya nem névre szóló, így bárki, aki vásárláskor felmutatja jogosult a kedvezményekre.

Kiszolgálói oldalon profiltól függetlenül bármely helyi tulajdonú cég, illetve vállalkozás csatlakozhat a programhoz (kivéve multinacionális láncok tagjai és bevásárlóközpontok bérloí). Ennek oka, hogy a program elsősorban a hagyományos fehérvári üzletek és vállalkozások, valamint a lokálpatrióta szemléletű vásárlók egymásra találásának elősegítését célozza. A vállalkozások csatlakozása regisztrációhoz kötött, melynek díja 2013. január 31.-ig 24 ezer Ft + ÁFA üzletenként. A szerződés megkötésétől kezdve az elfogadóhelynek biztosítania kell a saját maga által meghatározott kedvezményeket a kártyával vásárlók részére.

### *MiskolcPont Kártya*

A MISKOLCPONT kedvezménykártya egyszerre nyújt közvetlen kedvezményt (például bérletvásárlásnál) és lehetővé teszi a pontgyűjtést is. Vásárláskor pontok kerülnek a kártyára (pontbeváltáskor 1 pont 1 forintot ér), amelyeket a szerződött boltokban, üzletekben lehet gyűjteni, majd a pont értékének megfelelően levásárolni.

A MISKOLCPONT kártya igénylésére jogosult minden olyan magánszemély, aki Miskolcon vagy kistérségében rendelkezik állandó vagy ideiglenes bejelentett lakcímmel, amelyet lakcím kártyával vagy más személyi okmánnyal igazolni köteles. A kártya éves díja 1500 Ft, át nem ruházható, kizárólag a kártya birtokosa használhatja. Érvényességi ideje a kibocsátástól számított 12 hónap.

A kedvezmények mértékét minden esetben a közvetlen kedvezményt nyújtó partner határozza meg, amely jól látható helyen kifüggesztésre kerül a partner jegypénztáraiban. A kedvezmény nyújtásának feltétele a kártya érvényessége, amit a kedvezményt nyújtó jogosult ellenőrizni. A közvetlen kedvezményt nyújtó partnernél az aktuális kedvezmény mértéke a fizetendő végösszezből közvetlenül levonásra kerül, a tranzakció után pontok jóváírására nincs lehetőség.

Törzsvásárlói hűségpontokat a kártyarendszerhez csatlakozott kereskedőknél és szolgáltatóknál történő vásárlás és az előre meghirdetett akciókban való eredményes részvétel esetén lehet szerezni. Az egyes pontkibocsátók a náluk végrehajtott vásárlás végösszege után egy meghatározott pontmennyiséget bocsátanak ki. Az egyes partnerek által kibocsátott pontok a kártyabirtokosok pontfolyószámláján kerülnek jóváírásra. A pontfolyószámlán összegyűlt pontok csak és kizárólag áruk vásárlása vagy szolgáltatások igénybevétele esetén, az adott vásárlással (szolgáltatással) kapcsolatos árengedmény megszerzése érdekében válthatók be. Minden beváltott pont legalább bruttó egy forint árengedményre jogosítja fel a kártyabirtokost.

A MiskolcPont kártya kiegészítő funkciókkal is rendelkezik, a tervek szerint a törzsvásárlói funkción túl más egyéb funkciók (pl. étkezési utalvány, belépőkártya stb.) is települni fognak a rendszerre.

A MISKOLCPONT kártyarendszer egy olyan csoportos vevőjutalmazási rendszer, amelyben a kártyarendszerhez csatlakozó vásárlók („kártyabirtokosok”) a kedvezményt nyújtó szerződött partnerek („kártyaelfogadók”) által kibocsátott törzsvásárlói hűségpontok beváltásakor nyilvánosan meghirdetett és minden kártyabirtokos által azonos feltételek mellett igénybe vehető kedvezményekhez jutnak. A közvetlen kedvezményekben azok részesülhetnek, és a pontok gyűjtésében azok a vásárlók vehetnek részt, akik rendelkeznek érvényes MISKOLCPONT kártyával.

A kártya az igénylés helyén vehető át az igénylőlapon található igazoló szelvény átadásával, az azon megjelölt időpontban. A MISKOLCPONT kártya igénylésével névre szóló, kedvezményre jogosító RFID kártya birtokosa lesz az igénylő.

- 14 év alatti kiskorú kártyaigénylő esetén a törvényes képviselő hozzájárulása szükséges.
- A kártya át nem ruházható, kizárólag a kártya birtokosa használhatja.
- A Miskolci Turisztikai Kft.-nél egy kártyával egyidejűleg csak egy db kedvezményes jegy vásárlására van lehetőség.

Az elkészült kártyát a „Kártyaigénylő lap” hátoldalán található meghatalmazás kitöltésével, a megbízott személy is átveheti. A kártya átvétele csak lakcímkártya bemutatásával vehető át. Kedvezmény igénybevételére csak az érvényes kártya jogosít.

A MISKOLCPONT rövid idő alatt népszerűvé vált (véltetően az elsőként bevezetett kedvezménynek, a 10%-os bérletvásárlásnak és a 30% Barlangfürdő-belépő kedvezménynek köszönhetően).

### *Szolnok Városkártya*

Szolnok Megyei Jogú Város Önkormányzata, a Magyar Telekom, a Jászkun Volán Zrt. és a NetLock Kft. T-City program együttműködésében 2011 májusában bevezetésre került a Szolnok Városkártya, amely segítségével a város lakói innovatív szolgáltatásokat és kedvezményeket vehetnek igénybe.

A tesztüzem 2011. május 1. és december 31. között zajlott. A próbaidőszak alatt szolnokiak egy intelligens kártyát kaptak, amely a CityPass rendszer segítségével tette lehetővé a korszerű, közösségi szolgáltatások igénybevételét.

A Szolnok Városkártya egyik leghasznosabb szolgáltatása, hogy jegyként vagy bérletként használható a helyi közlekedésben. A Városkártyára személyesen, interneten vagy akár mobiltelefonon is feltölthetők a Jászkun Volán helyi járatainak díjtermékei

A kártyán hűségpontokat is gyűjthetnek a vásárlók, amelyek beváltásával a kártyatulajdonos kedvezményekben részesül. A kártya nem ingyenes, ára 500 forint.

A regisztrált elfogadóhelyeken a termék vagy szolgáltatások árából a kártya tulajdonosát minimum 4% kedvezmény illeti meg. A kedvezmény konkrét mértékét az elfogadóhelyen lévő szolgáltató határozza meg, amelyről a kártya honlapján tájékozódhatnak a kártyatulajdonosok.



Szolnok Városkártya elfogadóhelyek olyan cégek lehetnek, melyeknek székhelye, kirendeltsége, bemutatóterme, üzlete Szolnok városban vagy környékén található és hajlandóak termékeik, szolgáltatásaik árából legalább 4% kedvezményt nyújtani ügyfeleik részére.

Bevezetés indokai, kártya célja:

- Régi ügyfelek megtartása
- Új ügyfeleket elérése
- Bevételeknövelés
- Nagyon jó reklám, ha könnyen megtalálják az interneten
- Hírlevél küldésére van lehetőség a vásárlók körében
- Minden Szolnok Városkártya elfogadóhely ügyfélköre bármely céghez vagy vállalkozáshoz elmeget vásárolni

### *Pécs Városkártya*

A Pécs Városi Kártya Program egy olyan csoportos vevőjutalmazási rendszer, amelyben a programhoz csatlakozó vásárlók a programban résztvevő kereskedők és szolgáltatók által kibocsátott törzsvásárlói hűségpontok beváltásakor, vagy a kártya felmutatásakor, vagy a kártya kiadványában megjelenő egyszeri kedvezményre jogosító igazolás (bón) felmutatásával nyilvánosan meghirdetett és minden kártyabirtokos által azonos feltételek mellett igénybe vehető kedvezményekhez jutnak. A programban azok a vásárlók vehetnek részt, akik rendelkeznek érvényes városi kártyával.

A Pécs Városkártya a helyi kis- és középvállalkozások és intézmények fejlődését, forgalmának növelését hivatott elősegíteni azáltal, hogy a helyi lakosok kiadásaiából megtakarítások révén újravásárlást generál.

A pécsi székhelyű kis és középvállalkozások csatlakozva a programhoz olyan hatékony marketingeszközökhöz jutnak, amelyekkel felvehetik a versenyt a tőkeerős nyugati vállalkozásokkal, ezáltal forgalmat generálhatnak. A helyi lakosok Pécs Kártyájukkal vásárlásaik után kedvezményeket kaphatnak vagy pontokat gyűjthetnek, majd azokat egy következő vásárlás alkalmával fizetőeszközként használhatják.

A program informatikai hátterét egy erre a célra kifejlesztett informatikai rendszer támogatja, amely jóval biztonságosabb a már használt kártyarendszereknél. A Pécs Kártya úgy növelheti a kis és középvállalkozások, szolgáltatók forgalmát, hogy egyúttal lakossági megtakarításokat eredményez.

A Pécs Kártya célja, hogy eredményezzen egy városi eladásösztönző kedvezményprogramot, mely növeli a helyi vállalkozások forgalmát, és rendszeres árengedmények révén csökkenti a lakosság kiadásait.

Az első PÉCS kártya kibocsátására 2008 decemberében került sor, 2009-ben már több mint 400 millió Ft forgalom mellett 4 millió pont kibocsátására és 3,5 millió pont beváltására került sor. 2010. első 5 hónapjában a programban résztvevő pécsi kis- és közepes vállalkozások 150 M Ft-os forgalom mellett több mint 1,5 M pontot bocsátottak ki és 1,2 M pontot váltottak be.

A Pécs városkártya program előnyei a vállalkozások számára:

- A kártyákat kibocsátó (üzemeltető) cég a programon keresztül támogathatja, a multikkal szemben előnyben részesítheti a helyi vállalkozókat, akik ennek köszönhetően növekvő forgalomra, kosárérték növekedésre számíthatnak.
- A helyi vállalkozók körében a program kapcsán egy összefogás alakulhat ki, mely az első lépés lehet a jövőbeni komolyabb együttműködések közül (pl.: Soproni Kék-frank).
- A kártyaprogram ötvözi mindazokat a lehetőségeket, amit a mai ismeretek szerint egy vállalkozás forgalmának, árbevételeinek növelése érdekében megtehet (kedvezmény, hirdetés, hűségprogram).
- A programhoz kapcsolódó, rendszeres kommunikáció (Pécsi Kártya PONT c. havi kiadvány) népszerűsíti a programban résztvevő partnereket, termékeiket és szolgáltatásaikat – csökkentve így a vállalkozások hirdetési kiadásait.
- A programhoz kapcsolódó kommunikáció célja, hogy olyan vevőket hozzon a vállalkozók számára, akik eddig máshol vásároltak.
- A vállalkozások a kártyával történő vásárlások során adott kedvezmények, ajándékok révén növelhetik meglévő vevőik elégedettségét, hűségét - nem kell saját törzsvásárlói programot létrehozniuk.
- A programban alkalmazott technikák segítik felvenni a versenyt a multinacionális cégek áraival, pl. egy 1000 Ft-os terméket úgy hirdethetnek, hogy 500 pont beváltása esetén 500 Ft – ezzel is pontgyűjtésre, többletfogyasztásra ösztönzik a vevőket.
- A program alkalmas arra, hogy felerősítse a fogyasztókban mostanában kialakuló magyar terméket magyar partnertől igényt – hiszen a realizált forgalomművekedés lehetővé teszi az árak mérséklését.
- A program működése során alkalmazott technológia (terminálok, központi elszámoló rendszer) a későbbiekben lehetővé teszi a kizárólag helyi partnerekkel működő étkezési-, ajándék-, és iskolakezdési utalvány-rendszer kialakítását is, a helyi gazdaságban tartva ezeket a forrásokat.

A törzsvásárlói hűségpontokat a programhoz csatlakozott kereskedőknél és szolgáltatóknál történő vásárlás és az előre meghirdetett akciókban való eredményes részvétel esetén, a prémiumszámláról történő jóváírás révén lehet szerezni. Az egyes pontkibocsátók a náluk végrehajtott vásárlás (ill. szolgáltatók esetében az időszaki számla) végösszege egy meghatározott százalékanak megfelelő pontmennyiséget bocsátanak ki. Az egyes partnerek által kibocsátott pontok a kártyabirtokosok pontfolyószámláján kerülnek jóváírásra.

Pontot gyűjteni a kártyaterminállal ellátott elfogadóhelyeken kizárólag a kártya pénztárosnak történő átadásával lehet. Amennyiben a kártya a vásárláskor nincs jelen, vagy műszaki hiba lép fel a pontkibocsátás során, úgy a pontkibocsátás végérvényesen meghiúsul. Utólagos pontjóváírásra nincs lehetőség. Az esetlegesen helytelenül jóváírt pontösszeggel kapcsolatos reklamációt a kártyabirtokos a helyszínen, még a pénztártól való távozás előtt köteles jelezni. Amennyiben a reklamáció ott helyben nem nyer megfelelő elintéztést, a kártyabirtokos jogosult a program központi ügyfélszolgálatán panaszt tenni. A terminál a kijelzőjén minden ponttranzakció után közli a jóváírt pontokat, és a pontfolyószámla egyenlegét. Pontkibocsátás a fizetés lezárását követően is lehetséges, amennyiben a kártyabirtokosnál van a kártya, a vásárlási nyugta, és a következő fizetési tranzakció még nem kezdődött meg.

Az időszaki számlákat kibocsátó partnereknél történő szolgáltatás-igénybevétel esetén pontgyűjtésre akkor van mód, amennyiben a kibocsátó partner erről külön megállapodást köt a program üzemeltetőjével. A kártyabirtokosnak meg kell adnia a kártyaszámát a pontkibocsátónak, vagy a pontkibocsátónál lévő ügyfélszámát a program üzemeltetőjének, annak érdekében, hogy a kártya számát és az ügyfélszámot a kibocsátó partner

összekapcsolhassa. Ezt követően a kibocsátó partner a havi számlázása keretében kártyaszámonkénti bontásban megadja a programüzemeltetőnek a kártyabirtokosok részére járó pontokat. Az időszaki számlázásos partnerek által kibocsátott pontok a számlakibocsátási gyakorisággal megegyező ütemezésben kerülnek jóváírásra a kártyabirtokosok pontfolyószámláin.

A program üzemeltetője a program prémiumszámlája terhére negyedévente előre meghirdetett akciókat szervez, melyek lényege, hogy a kártyájukat leggyakrabban használó kártyabirtokosokat ajándékpontok jóváírásával jutalmazza. Amennyiben a kártyabirtokos megfelel az akcióban meghirdetett feltételeknek, jogosulttá válik a pontjóváírásra, így a pontok a prémium számláról átvezetésre kerülnek a kártyabirtokos pontfolyószámlájára.

A pontfolyószámlán összegyűlt pontok csak és kizárólag áruk vásárlása vagy szolgáltatások igénybevétele esetén, az adott vásárlással (szolgáltatással) kapcsolatos árengedmény megszerzése érdekében válthatók be. Minden beváltott pont legalább bruttó egy forint árengedményre jogosítja fel a kártyabirtokost. Az egyes pontbeváltó helyek a fenti beváltási aránynál kedvezőbb beváltási ajánlatot is tehetnek. Pontbeváltás ellenében pénzbeli kifizetést teljesíteni tilos. Pontbeváltáskor a beváltott pontmennyiség a pontfolyószámla egyenlegéből levonásra kerül. A pontbeváltás kapcsán megszerezhető árengedmény maximális mértéke az egyes kártyaelfogadók esetében eltérhet, mivel ennek meghatározására a kártyaelfogadók saját hatáskörükben jogosultak, azzal a korlátozással, hogy a vásárlás vagy szolgáltatás teljes vételára erejéig pontokat beváltani nem megengedett. Amennyiben a fizetési folyamat már lezárásra került, pontbeváltás már nem lehetséges.

Kártyaterminállal ellátott elfogadóhelyen pontot beváltani kizárólag a kártya révén lehet. A kártyának a pénztáros részére való átadásakor közölni kell a pontbeváltási szándékot, majd amikor a pénztáros a terminál kijelzőjén megjelenő információ alapján közli a kártyabirtokossal az adott vásárlás kapcsán maximálisan beváltható pontmennyiséget, a kártyabirtokosnak nyilatkoznia kell arról, hogy hány pontot kíván beváltani. A beváltott pontok alapján a kártyaterminál kijelzi a pénztáros számára a vevőnek járó árengedmény összegét, melyet a pénztáros közöl a vevővel és rögzít a pénztárgépben.

Amennyiben a kártyabirtokos az időszaki számlát kibocsátó (terminállal nem rendelkező) elfogadóhelynél kíván pontot beváltani, ebbéli szándékát vagy a program ügyfélszolgálatán jelezheti telefonon, vagy a program honlapján hajthatja végre a pontbeváltási műveletet. A beváltott pontok ellenében az elfogadóhely engedményt ad a kártyabirtokosnak az aktuálisan esedékes időszaki számla végösszegéből, azzal a megkötéssel, hogy az árengedmény mértéke ebben az esetben sem érheti el a számla teljes végösszegét.

A kártyaprogram üzemeltetője által időszakonként meghirdetett, és partnerei által biztosított termékekre a kártyabirtokos licitálhat pontokkal az Interneten. A kártyabirtokos csak bejelentkezést követően kezdeményezheti a licitálást. A kártyabirtokos licitre felkínált pontjait a rendszer zárolja mindaddig, amíg az adott termék licitjén az ő pontajánlata a legmagasabb. Az új licitajánlat akkor érvényes, ha az aktuális licitértéknél legalább 5 ponttal többet kínál. Amennyiben a licit lezárásakor a kártyabirtokos ajánlata a legjobb, akkor a pontok levonásra kerülnek számlájáról, és a programüzemeltető futárszolgálatával elküldi a kártyabirtokos regisztrált címére a terméket, legkésőbb a licit lezárását követő 8 napon belül. A licit keretében felajánlott pontokat a licitálási határidő lejárta előtt és a licit megnyerését követően visszavonni nem lehet. Amennyiben a termék átadása bármely okból meghiúsul, akkor a kártyaprogram üzemeltetője 60 napig tárolja az át nem vett terméket a székhelyén. Ha ez alatt sem jelentkezik a kártyabirtokos a termékért, akkor az üzemeltető újabb licit kiírását

kezdemenyezi. A kártyabirtokos hibájából meghiusult termékátadás esetén a kártyabirtokos nem jogosult a licit megnyerésekor levont pontokat visszakövetelni. A programüzemeltető a díjszabásban meghirdetett pontszámot jogosult a licit nyertesének pontfolyószámlájáról levonni.

A kártyabirtokosok, a kártyaprogram kiadványában, szórólapján és plakátján meghirdetett partnereknél, kártyájuk felmutatásával, vásárlásaik végösszegéből azonnali kedvezményeket vehetnek igénybe. A kártya felmutatásának a fizetési tranzakciót megelőzően meg kell történnie. Az azonnali kedvezmények esetében a meghirdetett kedvezmények nem összevonhatók (tehát egy akciós termékre előre meghirdetett kedvezményes árból további kedvezmény a kártyabirtokos által nem követelhető).

A kártyabirtokosok, a kártyaprogram kiadványában, szórólapján és plakátján meghirdetett partnereknél, kártyájuk és a kiadványokon megjelenő bón átadásával, vásárlásaik végösszegéből egyszeri, azonnali kedvezményeket vehetnek igénybe. A kártya és a bón együttes felmutatásának a fizetési tranzakciót megelőzően meg kell történnie. Az azonnali kedvezmények esetében a meghirdetett kedvezmények nem összevonhatók (tehát egy akciós termékre előre meghirdetett kedvezményes árból további kedvezmény a kártyabirtokos által nem követelhető).

#### A kártya kiegészítő funkciói

A terminál-technológia jóvoltából fennáll a lehetősége annak, hogy a kártya a törzsvásárlói funkción kívül más funkciókat is ellásson (pl. telefonkártya, étkezési utalvány, belépőkártya stb.). Ezen kiegészítő funkciókat és felhasználási lehetőségeket – amennyiben ezek rendelkezésre állnak – vagy a programüzemeltető, vagy harmadik személyek nyújtják igény esetén a kártyabirtokosnak. A kiegészítő funkciókkal kapcsolatos előírásokat, jogokat és kötelezettségeket a kártyabirtokosok és a kiegészítő funkciót nyújtó személyek közötti külön megállapodások tartalmazzák.

### *Budapest Kártya*

A Budapest Kártya alapvetően kedvezmény kártyaként működik, amely tartalmaz ingyenes tömegközlekedést, valamint két ingyenes gyalogos városnézést angol nyelvű idegenvezetéssel.

A kedvezményekkel szeretnék vonzóvá tenni a terméket, így a jelentősebb turisztikai szolgáltatások, látnivalók esetében, múzeumokban, gyógyfürdőkben, éttermekben 10%-tól indulnak a kedvezmények.

A Budapest Kártyát, a főváros egyetlen hivatalos városkártyáját a BTDM Nonprofit Kft. adja ki, amely a fővárosi önkormányzat 100%-os tulajdonában álló marketingcég, elsődleges feladata a városba látogató turisták informálása, részükre a város turisztikai piacán jelenlévő szolgáltatások megismertetése kommunikációs felületein (honlap, kiadványok, információs irodák) keresztül.

Az eddig már több mint 1.000.000 példányban eladott városkártya minden évben áprilistól kerül megújításra, így az elfogadói körhöz csatlakozni minden évben március elejéig van lehetőség.

A Budapest Kártya általános jellemzői:

- A Budapest Kártya elfogadóhelyeinek összetétele a turisták valós igényei alapján kerül kialakításra, kizárólag olyan szolgáltatásokkal, melyek magas minőséget képviselnek Budapest turizmusában.
- A turisták által leginkább kedvelt attrakciók és helyszínek (pl. tömegközlekedés, gyógyfürdők, múzeumok) nagy kedvezménnyel jelennek meg.
- Cél a letisztult, átlátható kínálat, így a vendég az alábbi kártyatípusok közül válogathat: 24 órás, 48 órás, 72 órás
- A Budapest Kártya minden évben április 1-én jelenik meg és értékesíthető, illetve felhasználható a következő évben március 31-ig, így alkalmazkodik a turisztikai szezonhoz.
- A Budapest Kártya egy felnőtt és egy vele utazó, maximum 6 éves gyermek részére biztosítja a kedvezményeket.
- A kártya személyre szól, át nem ruházható.

A kártya modern, fiatalos külsejű, Budapest turisztikai arculatába illeszkedő képi világgal kiadott, sorszámozott, kiegészítő biztonsági elemmel ellátott. Látható rajta az ára, az érvényesség kezdetének dátuma és a felhasználó aláírása.

A szolgáltatásairól egy 18 oldalas, kihajtható kártyaprospektus informálja az érdeklődőket, amelyben az elfogadóhelyek alapadatai (szolgáltatás neve, címe, weblapja, email címe, telefonszáma, nyitva tartás, kedvezmény mértéke) és egy kép jelennek meg. A prospektus tartalmaz egy térképet is, melyen az elfogadóhelyek sorszámozottan feltüntetésre kerülnek. A prospektus 500.000 példányban kerül nyomtatásra, összesen 6 nyelven, ezek: magyar, angol, német, spanyol, francia, olasz. A szolgáltatásokról bővebb leírás a [www.budapest-card.com](http://www.budapest-card.com) oldalon található.

A kártya különböző értékesítési csatornákon keresztül kerül forgalomba:

- Budapestinfo pontok: három iroda a Liszt Ferenc Nemzetközi Repülőtér termináljain (2A, 2B), két iroda a belvárosban - Liszt Ferenc tér, Sütő utca (további irodák nyitása várható 2012-ben: Hősök tere - Műjégpálya épülete, Budai Vár, Szent István Bazilika)
- BKV-, és MÁV-jegypénztárak
- Szállodai recepciók, utazási irodák
- Online értékesítés
- Külföldi tour operátorok

Csatlakozás feltételei és árai a vállalkozások részéről

- 10%-os Budapest Kártya partner -> 10% kedvezményt nyújtó elfogadóhely számára a felajánlott promóciós megjelenés 12 hónapra 300.000 Ft + ÁFA
- 20%-os Budapest Kártya partner -> 20% kedvezményt nyújtó elfogadóhely számára felajánlott promóciós megjelenés 12 hónapra 200.000 Ft + ÁFA
- 30%-os Budapest Kártya partner -> 30%, vagy annál nagyobb kedvezményt nyújtó elfogadóhely számára a felajánlott promóciós megjelenés 12 hónapra 100.000 Ft + ÁFA

A csatlakozók egységes megjelenési felületet kapnak a [www.budapest-card.com](http://www.budapest-card.com) oldalon, illetve a Budapest Kártya prospektus oldalain, a szolgáltatáshoz kapcsolódó tematikus fejezetben.

A megjelenés adatai:

- 25\*100 mm felület a Budapest Kártya prospektusban

- megjelentethető kép mérete: 300 dpi, CYMK színbontás
- megjelentethető szöveg terjedelme a honlapon: 300 karakter szóközökkel (A szöveg megírásáról magyar és angol nyelven a partner, a további nyelvekre való fordításokról a BTDM Nonprofit Kft. gondoskodik)
- megjelentethető adatok a nyomtatott kiadványban: alapadatok - cím, telefon, weblap, e-mail cím, nyitva tartás, kedvezmény mértéke
- megjelentethető adatok a honlapon: alapadatok, valamint kiegészítő információk, melyek a turisták könnyebb eligazodását szolgálják, 300 karakteres leírás a szolgáltatásról

A kártyához kapcsolódó Budapest Kártya prospektus a kártyához kapcsolódó hivatalos kiadvány, mely április 1. és március 31. között jelenik meg 6 nyelven, négy kiadásban, összesen 500.000 példányban. A prospektus elérhető kivétel nélkül minden Budapestre látogató turista számára az értékesítési pontokon, a Magyar Turizmus Zrt. külképviseletein, kül-, és belföldi kulturális intézményekben, valamint külföldi kiállításokon, melyeken a BTDM Nonprofit Kft Budapestet képviseli.

### *Nyírbátor Városkártya*

A Nyírbátori Kulturális Nonprofit Kft. foglalkozik a Nyírbátor Kártya ügyintézésével, az igényeknek a felvételével és azoknak a vállalkozóknak a megkeresésével, akik a kedvezményeket fogják majd adni.

Igényelni a Kulturális Kft. épületében működő Nyírkom ügyfélszolgálati irodában lehet.

A kártya elkészítéséhez személyigazolvány és laccím-kártya szükséges. Éves díja: 2000 forint.

A Nyírbátor Városkártya által nyújtott kedvezmények:

- A Nyírbátori Strandfürdőben 15%-os kedvezmény vehető igénybe.
- A Nyírbátori Kulturális Központ által szervezett rendezvényeken 10%-os kedvezményben részesülhetnek a városkártyával rendelkezők.

### *Óbuda Városkártya*

A városkártya bevezetésének elsődleges célja a közösségi összetartozás megerősítése, illetve a helyi kereskedők versenyképességének növelése által a kerület folyamatos fejlesztése. A kártyával Óbuda lakói több vállalkozásnál vásárolhatnak kedvezményesen és gyűjthetnek törzsvásárlói pontokat, amelyek ajándéktárgyakra, hasznos eszközökre válthatóak be. Az első 12 000 igénylőnek ingyenesen biztosítanak Óbuda Kártyát. A városkártya rendszert az Óbuda Kártya Kft. üzemelteti.

A program a kerületi kereskedőknek, szolgáltatóknak is előnyt jelent, hiszen Óbuda Kártya elfogadóhelyként növelhetik versenyképességüket, bővíthetik ügyfélkörüket. Egyre több kerületi vállalkozó csatlakozik kártyaelfogadóként a városkártya programhoz.

A díjmentes csatlakozás lehetőségét meghosszabbították, ezt követően a vállalkozásoknak egyszeri belépési díjat kell fizetniük, melynek összege 50.000Ft+Áfa.

A kártya segítségével értékes pontokat lehet gyűjteni minden alkalommal, amikor a kártyabirtokos szerződött partnereknél vásárol. A pontgyűjtés feltételeiről érdeklődni az Óbuda Kártya Központban vagy a [www.obudakartya.hu](http://www.obudakartya.hu) portálon keresztül lehet.

Az összegyűjtött pontok beválthatóak az Óbuda Kártya Kft. által kibocsátott katalógusban megtalálható, folyamatosan megújuló termékekre, melyeket a Városkártya Központban érhetnek el az érdeklődők.

A városkártya egy olyan speciális kártyarendszer, melynek segítségével Óbuda lakói számtalan szolgáltatásra, kedvezményre, az Önkormányzattal kapcsolatos funkciók hozzáférésére szerezhetnek jogosultságot. A program alapját egy internet alapú kártyarendszer infrastruktúra képezi.

A városkártya bevezetésének elsődleges célja a helyi szolgáltatók, kereskedők versenyképességének növelése, a közösségteremtés, a közösségi összetartozás megerősítése, továbbá a kerület folyamatos fejlesztése.

A kártyákat 14 éves kortól alanyi jogon igényelhetik a kerület lakói, melynek segítségével több vállalkozásnál vásárolhatnak kedvezményesen és gyűjthetnek törzsvásárlói pontokat. Az első 12.000 helyi lakos díjmentesen igényelhet kártyát, a további kártyarendelések díja nyugdíjasoknak, illetve diákoknak 90Ft+Áfa, felnőtteknek, illetve nem óbudai lakosoknak 990Ft+Áfa.

### *Ferencváros Kártya*

A városkártya bevezetésének elsődleges célja a közösségi összetartozás megerősítése, illetve a helyi kereskedők versenyképességének növelése által a kerület folyamatos fejlesztése. A kártyával Ferencváros lakói több vállalkozásnál vásárolhatnak kedvezményesen és gyűjthetnek törzsvásárlói pontokat, amelyek ajándéktárgyakra, hasznos eszközökre válthatóak be. Az internetes alapon működő kártyát 14 éves kortól alanyi jogon biztosítják a kerület lakóinak, ráadásul az első 5000 igénylő ingyenesen juthatott Ferencváros Kártyához.

A program a kerületi kereskedőknek, szolgáltatóknak is előnyt jelent, hiszen Ferencváros Kártya elfogadóhelyként növelhetik versenyképességüket, bővíthetik ügyfélkörüket. A díjmentes csatlakozás lehetőségét meghosszabbították, ezt követően a vállalkozásoknak egyszeri belépési díjat kell fizetniük, melynek összege 50.000Ft+Áfa.

A kedvezmények mellett folyamatosan bővítik a rendszerüket olyan szolgáltatásokkal, melyek még komfortosabbá teszik a kártyatulajdonos életét. Ennek keretein belül a jövőben Szociális kártyaként, Gyógyszerkártyaként, Diákkártyaként és Nyugdíjas kártyaként is funkcionálhat majd a Ferencváros Városkártya. Ezek a bővítések csak a korábbi kártya cseréjével valósulhatnak meg. Több funkció használata válik lehetővé, illetve hosszabb ideig, 3 évig lesz érvényes a kártya. A kialakított rendszer alkalmas a parkolás, az iskolai ebédbefizetés teljesítésére is.

Budapest Főváros IX. kerület Ferencváros Önkormányzatának Polgármesteri Hivatala 2009. márciustól kibocsátotta a Ferencváros Kártyát, mellyel a kerület számos üzletében kedvezményesen vásárolhatnak, illetve kedvezményesen vehetnek igénybe szolgáltatásokat a kártyatulajdonosok.

2009. évben a 62 év felettiek számára alanyi jogon biztosították a kártyát. 2009. december 04. napjától a rendelet hatálya Ferencváros közigazgatási területén lakóhellyel rendelkező,



minden magánszemélyre (lakosra) kiterjed. A Ferencváros kártya igénylése és annak érvényesítés is térítésmentes. 2011decemberében bevezették és elérhető vált az új Ferencváros Kártya.

A kártyával együtt csatoltan kiadják azt a katalógust is, mely a kedvezményt nyújtó kártyaelfogadó helyeket tartalmazza Ferencvárosban, Budapest más kerületeiben és országszerte. A Ferencváros Kártya kizárólag a kártyatulajdonos részére biztosítja a kedvezmény igénybevételét.

A kedvezményt nyújtó üzlethálózat folyamatosan bővül, melyről az Önkormányzat hirdetmény útján tájékoztatja a kártyatulajdonosokat. A Ferencváros Kártya érvényességét a kibocsátáskor 1 évre tervezték, azóta módosították 3 évre.

A kártyahasználati díjból származó összeg a Ferencvárosi Önkormányzathoz érkezik be, amelyet teljes egészében a városkártya további fejlesztésére fordítanak.

### *Zugló Városkártya*

A Zugló Városkártyát minden olyan 14. életévét betöltött személy igényelheti, aki:

- zuglói állandó lakcímmel rendelkezik
- zuglói oktatási intézmény tanuló nappali tagozatos diákja, vagy
- zuglói bejelentett állandó munkahellyel rendelkezik
- 18. életévet be nem töltött személyeknél szülői vagy gondviselői hozzájárulás is szükséges

A Városkártya a fenti célcsoport számára ingyenes, használatával Zuglóban és a Magyar Kedvezményhálózat országos kedvezményadói rendszerében lehet kedvezményeket igénybe venni. A Zugló Városkártya egy olyan plasztik kártya, amely fényképpel ellátott, aminek elkészítéséről a Magyar Kedvezményhálózat gondoskodik.

Felhasználási lehetőségek, területek:

- Azonnali árkedvezményeket lehet igénybe venni a kártya felmutatásával a Magyar Kedvezményhálózat országos kedvezményadói rendszerében.
- Az azonnali árkedvezményt biztosító helyeket az MKH "almás" logójával ellátott matrica jelöli országszerte, Zuglóban pedig a partnerüzletek Zugló Városkártya Elfogadó Hely – Magyar Kedvezményhálózat matricával is megjelöltek.
- A kártyabirtokos minden esetben a fizetést megelőzően köteles jelezni a Zugló Városkártya használatának szándékát.
- A kártya használata át nem ruházható, azt kizárólag a kártyabirtokos használhatja.
- A kártya nem hitelkártya, nem fizetőeszköz.
- A kártya a Magyar Kedvezményhálózat rendszerben az MKH Kedvezményhálózat Működési Szabályzata (MKH-KHMSZ) szerint használható.
- A kártyabirtokos a kedvezmény igénybevételekor köteles a kártyát felmutatni és a pénztáros kérésére azt átadni, aki kétség esetén kérheti a jogosultság igazolását (a kártyán szereplő név egyezőségét bármilyen okmánnyal tudja igazolni) vagy vonalkód beolvasással ellenőrizheti.
- A pilot időszakában kibocsátott kártyák egységesen 2011.12.31. napjáig voltak érvényesek és jogosítottak az árkedvezmények igénybevételére.



A vállalkozások Kedvezményadó Partnerként a Magyar Kedvezményhálózat rendszerén keresztül csatlakozhatnak és válhatnak Zugló Városkártya elfogadó helylé.

- A Magyar Kedvezményhálózat "almás" logójával megjelölt, országos kedvezményadói rendszerben bármely kártyatípussal igénybe vehetőek az azonnali árkedvezmények.
- Valamennyi kártyatípussal elérhető módon, a zuglokartya.hu honlap felületén bevezetésre kerül az eVélemény szolgáltatás.
- Az elektronikus kártyákkal elérhetővé válik a pontgyűjtés- és beváltás a kedvezménypont törzsvásárlói rendszerben.
- Az elektronikus kártyákkal megkezdődik a hivatali beléptetésként történő alkalmazás. Mindezekon felül, az elektronikus Zugló Városkártya segítségével a bevezetést követően az alábbi szolgáltatások, mint funkciók válhatnak majd elérhetővé:
  - Szociális- és Cafeteria rendszer működtetése;
  - Elektronikus ügyintézés támogatása;
  - Önkiszolgáló nyomtatatók használata;
  - Parkolási rendszer igénybevétele;
  - Fesztivál-, rendezvénykártya funkció;
  - Taxi kártyaként történő alkalmazása.

A Zugló Városkártya Projekt keretében a szolgáltatások fokozatos bevezetését az alábbi műszaki megoldások támogatják:

- Zugló Városkártya komplex alkalmazás menedzsment rendszer (KTP)
- Zugló Városkártya kedvezményrendszer élőhangos telefonos ügyfélszolgálat
- zuglokartya.hu portál moduljai
- Duál: RFID vagy Mifare és kódolt mágnescsík technológia együttes alkalmazása

A pilot szakaszban három féle kártyatípus került kibocsátásra:

- 450 darab arcképes, névre szóló, kártyasorszámot, érvényességi időt, vonalkódot és elektronikus megoldást is tartalmazó pasztik Zugló Városkártya, amely hivatali belépésre is jogosít;
- 1.550 darab névre szóló, kártyasorszámot, érvényességi időt, vonalkódot és elektronikus megoldást is tartalmazó pasztik Zugló Városkártya, amely vendéggént történő beléptetést tesz lehetővé;
- darabszám korlátozás nélkül kibocsátott, aláíráscsíkot, érvényességi időt és vonalkódot tartalmazó ideiglenes (papíralapú) Zugló Városkártya.

## **V. A javasolt rendszer bemutatása**

Javaslatunk egy speciális, kettős természetű kártyaprogram, melynek alapja egy internetes portálrendszer és amelynek keretében az adott önkormányzat lakói, valamint esetlegesen egyéb jogosultak a kártya segítségével egyfelől különböző kedvezményekre, másfelől különböző, Önkormányzat, vagy a tulajdonában lévő intézmények és szolgáltatók által nyújtott szolgáltatásokra szereznek jogosultságot. Ezek alapján a rendszernek csak egyik alapja a hűség- és/vagy kedvezménykártya program, de annál lényegesen több szolgáltatást biztosít.

A városkártya program esetében nem az egyes szolgáltatók, hanem az Önkormányzat, a program üzemeltetője bocsátja ki a kártyákat, és lehetőséget biztosít a városban lévő valamennyi szolgáltatónak a programhoz való kapcsolódáshoz. Ezzel egyfelől egy olyan speciális hűségkártya programot alakít ki, amelyben a kártyabirtokosok egyszerre több szolgáltatónál jogosultak kedvezmények igénybevételére, másfelől pedig platformot biztosít egyéb, az Önkormányzathoz kötődő funkciókhoz.

A rendszer megtervezésekor fontos szempont, hogy az úgy kerüljön kialakításra, hogy hosszú távon történő működtetése biztosított legyen. Ezért a rendszer működéséhez javasoljuk egy üzemeltető cég közreműködését.

A rendszer kialakításának ütemezését illetően, a rendszer kialakítása 1-3 hónapot vesz igénybe. Ez idő alatt a következő feladatok valósulhatnak meg:

- informatikai infrastruktúra kialakítása
- kártyák megtervezése, kártyaregisztrációk és kártyalogisztika előkészítése
- szerződéses környezet kialakítása (lakossági és partner)

### **A program elemei**

A rendszer úgy kerül kialakításra, hogy a rendszer kifelé történő kommunikációja, valamint az abban résztvevők számára az egymással történő kommunikáció biztosított legyen, valamint, hogy a mai kornak megfelelő módokon tegye lehetővé annak és az abban résztvevő szolgáltatók népszerűsítését. Az alkalmazás számos lehetősége biztosít arra, hogy a résztvevőkkel információkat közöljenek, a résztvevőkhöz különböző üzeneteket juttassanak el.

A portálon keresztül lehetőség van a direkt marketingszolgáltatások igénybe vételére, amivel elérhetővé válik valamennyi résztvevő, aki hűségkártyával rendelkezik. A résztvevőket négyféle csatornán lehetséges tájékoztatni: telefon, e-mail, SMS és postai levél.

### ***A városkártya alapja a hűségkártya***

Napjaink kiemelt marketing eszköze a hűségkártya, melyet azon igények hívtak életre, hogy a növekvő versenyben a vásárlóerő eloszlik a különböző szolgáltatók között. E mellett a jelenség mellett megfigyelhető, hogy a vásárlóknak egyre nagyobb igényük van hűségük jutalmazására. E két cél hivatott megvalósítani a hűségkártya rendszer. A vásárlók elégedettségének növelése mellett a halasztott kedvezmény (pontgyűjtés) révén pontosan a kívánt hatást érjük el, nevezetesen, hogy a törzsvendégeinket, visszatérő vendégeinket díjazzuk. Ezen két elsődleges cél megvalósítása mellett a cégeknek, ügyfélkörük igényeinek mélyebb megismerésének érdekében szükségük van a vásárlói szokásra vonatkozó nyersadatokra, melyek elemzésével dinamikusán változtathatják szolgáltatás és termékportfóliójukat, illetve célzott marketing kampányokat folytathatnak le egy-egy célcsoporton belül. A piacon jelenleg többnyire egy céges, papíralapú, azonnali kedvezményt biztosító rendszerek kerültek kialakításra. Ezek vonzereje meglehetősen alacsony, hiszen egy hűségkártya használatát direkt módon meghatározza a kártyarendszerben résztvevő szolgáltatói kör. Amennyiben sikerül kialakítanunk egy jelentős kiterjedésű kártyabirtokosi

kört, a rendszernek támogatnia kell a különböző csatornákon keresztüli direkt marketing kampányok lebonyolítását.

### ***Az alkalmazott technológia***

A portál vonatkozásában kiemelt jelentőségű, hogy az egy nagy biztonságú szerverhotelben elhelyezkedő kiszolgálócsoporthoz fusson, hiszen a városkártya rendszer összes funkciója ezen portálrendszer keretein belül kerülnek megvalósításra. Ennek a fajta architektúrának az egyik előnye, hogy a működtetéshez a kiszolgáló oldalon semmilyen egyéb informatikai erőforrásra nincs szükség, így nem ró felesleges terheket a kapcsolódó szolgáltatókra. A felhasználói oldalon a rendszer használatához mindössze internetes böngésző szükséges, így minden olyan infokommunikációs eszköz alkalmas az elérésére, amelyet ilyen böngészővel elláttak (régibbi és újabb típusú számítógépek, okostelefonok, táblagépek, újabb televíziók, set-top-boxok, stb.)

### ***Alapfunkciók***

#### **Azonosítás, beléptetés**

A teljes rendszer egy „banki biztonságú” azonosításon alapul, amely használatának minden lépése nyomon követhető és rögzíthető. A kártya azonosításra szolgál a különböző technológiák segítségével (vonalkód, azonosítószám stb.).

Az ACS rendszer lehetőséget kínál különböző erősségű autentikáció alkalmazására, amelyhez különböző jogosultságszint és különböző használható funkciócsoport tartozik, így a rendszer lehetőséget nyújt különböző azonosítók (saját kártya, régibbi városkártya, kompatibilis egyéb kártyák, stb.) használatára is.

Az azonosításokat a portál dolgozza fel és hagyja jóvá vagy végzi el az adott utasítást, biztosítva a szolgáltatások működését a rendszerben, amelyet online internetes kapcsolattal lehet elérni vagy a telefonos ügyfélszolgálaton keresztül a kezelő segítségével.

#### **Általános információk**

A városkártya rendszer portáljának tartalmaznia kell a program bemutatását szolgáló statikus oldalakat. Ezen elhelyezhetőnek kell lennie a polgármesteri köszöntőnek, valamint egy általános leírásnak. Ezen statikus oldalak elkészítése a portálrendszer kialakításának elválaszthatatlan részét képezi.

A portálon lehetőség nyílik a rendszer használatára vonatkozó általános szerződési feltételek, belépési nyilatkozatok, egyéb általános program-specifikus dokumentumok elhelyezésére. Ezen dokumentumoknak előzetes regisztráció és belépés nélkül is hozzáférhetőek lesznek.

#### **Szolgáltatói oldalak**

A rendszer lehetőséget biztosít szolgáltatói oldalak létrehozására. Ezen oldalakon a csatlakozó szolgáltatók általános, nyitvatartási és a szolgáltatásaikra vonatkozó információkat publikálhatnak a program résztvevői számára. Az adatoknak, a programhoz való csatlakozás ösztönzése érdekében, mindenki által hozzáférhetően kell megjelenniük.

#### **Szolgáltatók karbantartása**

Az általános információs oldalon túl, a rendszerhez csatlakozó szolgáltatókhoz rendszerszinten be lehet állítani azok számlázási adatait, valamint az általuk biztosított kedvezménysszázalékokat (milyen vásárlási összegenként kerül 1 pont felírásra), és a rendszerhasználatért fizetendő tranzakciós díjakat is. Ezen adatok alapján kerülnek majd a kártyabirtokosok folyószámláján a pontok jóváírásra, illetve a tranzakciós díjak alapján történik az elszámolás a kártyarendszer üzemeltetője és a rendszerhez kapcsolódó szolgáltatók között.

### **Szolgáltató kereső**

A portál lehetőséget biztosít a programban résztvevő szolgáltatók kereshetőségére a megrendelő által támasztott keresési feltételek alapján. Megjegyzendő, hogy ennek minden esetben az a feltétele, hogy a városkártya program üzemeltetői ezen adatokat a portálfejlesztők, rendszerüzemeltetők rendelkezésére bocsássák minden szolgáltató tekintetében. A keresőfunkció átláthatóbbá teszi a programban résztvevő szolgáltatók körét.

### **Kártya letiltás, utánrendelés**

Amennyiben a kártyabirtokos kártyája elvesz vagy ellopják tőle, akkor a telefonos ügyfélszolgálat hívásával lehetőséget biztosítunk a kártya letiltására, valamint pótkártya rendelésére is. Ugyanezen funkció elérhető a városkártya portál felületén is. A pótkártya rendelések automatikusan bekerülnek az igényelt kártyák közé, így azok a megfelelő rendszerüzemeltetői felületen is megjelennek. A kártya cseréje meghibásodás, fizikai rongálódás esetén is szükségessé válhat.

Lehetőséget kell biztosítani továbbá a konkrét igény nélküli biztonságtechnikai okokból történő letiltásra is, melyet gyanús tranzakciók esetén kell alkalmazni.

### **Pontfelírás**

A javasolt városkártya rendszer halasztott kedvezményt biztosít, mely vásárlások utáni pontfelírás révén valósul meg. A pontok felírása a szolgáltatóknál történő vásárlások után történik, a rendszerszinten a szolgáltatóhoz rögzített kedvezménysszázalékok alapján. A pontfelírás két módon valósul meg, annak függvényében, hogy a csatlakozott szolgáltató folyamatos internetkapcsolattal rendelkező értékesítési ponttal rendelkezik-e. Amennyiben igen, a városkártya portálra bejelentkezve a kártyaszám és a vásárlás összegének beírását követően a rendszer az adott kártya folyószámláján jóváírja a szolgáltatói beállítások alapján kiszámított pontértéket. Amennyiben az adott szolgáltató nem rendelkezik internetkapcsolattal, a rendszernek illeszkednie kell valamilyen GPRS kapcsolattal rendelkező POS terminálhoz, melynek segítségével a kártya lehúzását és a numerikus padon a vásárlás összegének beírását követően a kártya folyószámláján megjelenik a számított pontérték. A későbbi félreértések elkerülése végett, mindkét esetben pontfelírási bizonylatot nyomtat a rendszer.

### **Pontfelírás szternó**

A rendszerben a szolgáltatók számára lehetőség nyílik egy-egy tranzakció visszavonására, szternózására. Ez abban az esetben fordulhat például elő, ha hibásan kerül egy összeg rögzítésre, és ennek következtében a valóságtól eltérő pont kerül valamely pontfolyószámlán jóváírásra. A szternózott tranzakcióknak szintén meg jelennek a tranzakciólistán.

## **Tranzakciólista**

A pontfelírásokhoz tartozó tranzakciókhoz felhasználó típusonként különböző módon biztosítunk hozzáférést. A kártyabirtokosok és a szolgáltatók számára csak a saját tranzakciós adataikhoz kell hozzáférést biztosítani, míg a kártyarendszer üzemeltetőinek teljes körűen hozzá kell férniük a rendszerben rögzített tranzakciókhoz.

A kényelmes használhatóság érdekében a tranzakciós lista, különböző paraméterek szerint szűrhető. A kártyaszám és dátum szerinti keresési lehetőség a problémás helyzetek kezelésében nyújt kiemelkedő támogatást.

## **Pontegyenleg lekérdezése**

A kártyabirtokosok, valamint a rendszer üzemeltetői számára lehetőség nyílik a kártyá(k)hoz tartozó pontegyenlegek lekérdezésére. Ez alapján tájékozódhatnak a rendszer felhasználói a rendszerben gyűjtött kedvezménypontok mértékéről.

## **Havi tranzakciólista**

A rendszerhez kapcsolódó szolgáltatók számára elérhető egy a havi tranzakciókat tartalmazó lista, részletezve az általuk biztosított kedvezményeket, valamint a vonatkozó tranzakciós díjfizetési kötelezettségüket. A tranzakciólista képezi minden esetben a szolgáltatók és a rendszerüzemeltetői közti elszámolás alapját.

## **Partnerfelhasználók létrehozása**

A partnerek számára lehetőség nyílik további partnerfelhasználók létrehozására. A partnerfelhasználók jogosultságukat tekintve eltérőek lehetnek.

## **Personal Portal**

A kártyabirtokosok a rendszerbe történő belépést követően személyes portált, más néven personal portalt kapnak, ahol minden a kártyaprogrammal kapcsolatos, rájuk vonatkozó adatot meg tudnak tekinteni, adott esetben módosítani tudnak. Ez gyakorlatilag egy személyre szabott felület, melyen a felhasználó az általános információkhoz biztosított hozzáférés mellett egy, központi el tudja érni a fentebb már említett, vagy a későbbiekben részletezett funkciókat. A personal portálon lehetőséget kell biztosítani az általános rendszerbiztonsági funkciók elérésére, mint amilyen a belépési adatok módosítása, valamint elfelejtett jelszó esetén a jelszó emlékeztető igénylése.

## **Kártyabirtokosi adatok módosítása**

A rendszer üzemeltetőinek teljes körű hozzáférést kapnak a rendszerben résztvevő kártyabirtokosok adataihoz, melynek révén lehetőségük nyílik az adminisztrációs hibák későbbi javítására.

## **Partneradatok módosítása**

A rendszer üzemeltetői teljes körű hozzáférést kapnak a rendszerhez csatlakozó szolgáltatók adataihoz, melynek révén lehetőségük nyílik az adminisztrációs hibák, vagy az adatokban beálló változások későbbi javítására/átvezetésére. A partner cégformától függő adatain túl a rendszerhasználati, szerződéses adatainak módosítására is lehetőséget nyújtunk. Ilyenek például a tranzakciós díjak, valamint a biztosított kedvezmények.

## **Kártyalogisztikai támogatás**

A belépési nyilatkozatok rendszerben történő rögzítését követően rendszerszinten is jelentkezik az csatlakozással járó kártyaigény, mely annak gyártási folyamatát indukálja. A rendszerben a megjelenő kártyaigények alapján előáll egy gyártási lista. A kártyák fizikai megszemélyesítését, valamint borítékolásával párhuzamosan rendszerszinten is „összeállításra kerülnek” a szállítási csomagok. Ezekhez a csomagokhoz minden esetben társul a hozzá kapcsolódó igénylők köre. Ezt követően rendszerszinten lehetővé válik a kártyacsomagok kiadási helyre történő érkeztetése. Az érkeztetéssel egy időben a csomagban lévő kártyák egyidejűleg, tömegesen is aktiválásra kerülhetnek. Amennyiben a személyes átvétel helyén folyamatos internet kapcsolat van, lehetőséget biztosít a rendszer arra is, hogy azok csak a kiadáskor, egyesével kerüljenek aktiválásra.

A rendszerben folyamatosan nyomon követhető a kártyák státusz szerinti bontása, melyen a teljes kártyakontingens adatai egyben láthatóak. E mellett lehetőséget kell biztosítani a kártyánkénti keresésre is, melynek révén egy adott kártya státuszát, életútját tudjuk figyelemmel kísérni. Ez abban az esetben bír kiemelt jelentőséggel, ha valamely kártya kapcsán akár a rendszerüzemeltetők, akár a kártyaigénylő részéről probléma merülne fel annak kézbesítése kapcsán.

## **Telefonos ügyfélszolgálati támogatás**

A rendszer résztvevői telefonos ügyfélszolgálaton keresztül is tájékoztatást kérhetnek, valamint adatmódosítási igénnyel élhetnek. Ennek támogatására olyan felületeket kell biztosítani, melyen keresztül az azonosításhoz szükséges információk megadását követően lehetővé válik a rendszer szolgáltató vagy kártyabirtokos nevében történő használata. Ez az azonosítás személyes adatok illetve kártyaszám alapján történik. Amennyiben a telefonálónak nincs még kézbesített kártyája a belépési nyilatkozat sorszámaival is azonosítania kell tudnia magát. Ezt követően a rendszerben tárolt általános és tranzakciós adatokon kívül hozzáférést kap a kártyabirtokos/szolgáltatóhoz kapcsolódó korábbi hívásokból adódó feladatok megtekintéséhez. Lehetőséget biztosítunk továbbá a telefonos ügyfélszolgálaton keresztül a szolgáltató nevében történő pontfelírássra is, mely abban az esetben lehet lényeges, ha valamilyen okból kifolyólag a szolgáltató nem éri el a portálrendszert. Amennyiben szükséges, ezen a felületen további, a személyhez/szolgáltatóhoz kapcsolódó feladatok felvételére is lehetősége nyílik.

## ***Javasolt extra funkciók***

### **Belépési nyilatkozatok elektronikus kezelése**

A rendszer kétféle belépési nyilatkozatkezelési módot támogat. Amennyiben a belépési nyilatkozatok átvételi helyén a portál nem érhető el, papíralapon történik azok kitöltése és átvétele. A rendszer adatainak megbízhatósága érdekében minden esetben feltétlenül fontos az

adatok helyességének ellenőrzése. A bizonylatok átvételét követően a rendszer lehetőséget biztosít azok elektronikus feltöltésére, mely alkalmassá teszi azokat az átvétel helyétől különböző történő feldolgozásra.

Amennyiben az infrastrukturális adatok rendelkezésre állnak, a belépési nyilatkozatokat elektronikus úton is ki lehet állítani. Ebben az esetben az adatok direkt módon a rendszerben kerülnek rögzítésre, majd ezt követően az abból kinyomtatott papíros nyilatkozat kerül aláíratásra a csatlakozó lakossal.

A belépési nyilatkozatok rögzítése során lehetőség nyílik a leendő kártyabirtokos direkt marketing preferenciáinak megadására is. Ezen adatok képzik a későbbi direkt marketing célját szolgáló adatbázis és DM szolgáltatás alapját.

### **Direkt marketing kampányok támogatása**

A belépési nyilatkozatok alapján rögzített, vagy a későbbiekben a felhasználó által módosított direkt marketing preferenciák szolgáltatják ezen rendszerelem alapját. A szolgáltató egy olyan felületet kap, amely alkalmas a direkt marketing kampány alapjául szolgáló listák létrehozására. Ezen funkció keretein belül egy szolgáltató kiválaszthatja a rendszer szinten rögzített felhasználói adatok függvényében a célcsoportot (pl. 16-32 év közöttiek), lehetőséget kell biztosítani továbbá a dm preferenciák szerinti további szűrésekre is. A célcsoport és az előbb említett szűrő funkciók mellett a kampány módját is ki kell lehessen választani, melynek segítségével csak azon kártyabirtokosok adatait szűri le a rendszer, akiknek a megadott kampánytípushoz szükséges elérhetőségi adatai a rendszerben korábban rögzítésre kerültek.

### **Prepaid folyószámla kezelés egyéb szolgáltatóknál**

Lehetőség van arra, hogy a kártyabirtokosokhoz folyószámlát rendeljünk, ezzel a kártya fizető eszközként is funkcionál.

A folyószámla kezelés több módon is biztosított, akár előre feltöltött egyenleget képes kezelni, vagy egyfajta hitelkártyaként egy keret erejéig felhasználni, vagy keret nélkül a folyó fogyasztások regisztrálásával használni utólagos elszámolással. Egy kártyabirtokoshoz több folyószámlát is lehet kapcsolni. Ilyen rendszereket ma már több helyen használnak pl. fürdő, wellness, vagy egyéb sport komplexumokban.

### **Szociális kártya**

A rendszer alkalmas arra, hogy olyan speciális kedvezményrendszereket kezeljen, amelyek jogszabályon alapulnak, vagy valamilyen egyéb speciális kedvezményrendszer kialakítását igénylik. Két területet emelnénk ezek közül ki, amelyek az önkormányzatok szempontjából különös jelentőséggel bírnak.

A szociális juttatási rendszernek ma már ismertek a problémái. A jogosultak az adott juttatásokat az esetek jelentős részében nem a szociális juttatás rendeltetésének megfelelő célra használják fel. Nem megoldott a felhasználás ellenőrzése. A városkártya rendszer használatával kialakítható a szociális juttatások olyan rendszere, ahol a jogosultságot a jogosultnak kiállított kártya testesíti meg. Ennek használatával a juttatás nem készpénz kifizetéssel történik, hanem a kártyabirtokoshoz rendelt virtuális folyószámlán kerül beállításra olyan keretként, amelynek terhére a jogosult vásárolhat. A rendszer kiépítésével az önkormányzat meghatározhatja, hogy a kártya a szociális juttatás céljainak megfelelő helyeken használható fel fizetésre (pl. élelmiszer boltok, gyógyszertárak, papír, írószer, stb.).

A kártya ezen helyeken kívül máshol nem használható. A rendszer minden felhasználást regisztrál, és on-line módon mutatja a rendelkezésre álló keretet, így vásárláskor az adott helyen a jogosultságon túl az is látható, hogy van-e keret az aktuális fogyasztásra. Az adott kártyán történő felhasználás alapján az Önkormányzat közvetlenül a szolgáltatóknak fizet.

A szociális juttatások egyik lehetősége, hogy városban élő lakosság-csoportnak adott rendszeres, vagy eseti juttatás, a városon belüli szolgáltatóknál használ fel. Az ilyen önkormányzati támogatások kártya általi juttatásának jogi környezetét és feltételrendszerét jogi szakértők közreműködésével kell kidolgozni.

### **Parkolás integrálása**

A rendszer alkalmas arra, hogy parkolási funkciókat is ellásson. Ennek megvalósítása történhet egy meglévő parkolórendszer informatikai integrációjával, kiépítve az informatikai rendszerek közötti kommunikációt megvalósítva ezzel az egyes kedvezményes parkolási és bérletfunkciókat és/vagy a kártya MIFARE DESFIRE (vagy egyéb kommunikációs) interfészének, illetve a rendszer folyószámla funkcióinak felhasználásával megvalósítva ezzel az egyedi parkolási funkciókat.

### **Iskolai ebédbefizetések integrálása**

A rendszer alkalmas arra, hogy integrálja az egyes oktatási intézményekben történő étkeztetések befizetési és elszámolási funkcióit, ezzel kiküszöbölve a szülőkre háruló jelenlegi sorbanállást, megkönnyítve az oktatási intézmények ezzel kapcsolatos munkáját.

### **Önkormányzati közműszolgáltatók integrálása**

A rendszer alkalmas arra, hogy integrálja az adott önkormányzat tulajdonában lévő közműszolgáltatók informatikai rendszerét a városkártya funkciókhoz. Ez jelenthet a városkártya által szolgáltatott egyedi azonosítást a közműszolgáltató rendszerében, vagy akár befizetési funkciókat is a városkártya rendszer folyószámla funkcióinak felhasználásával.

### **Önkormányzati ügyintézés integrálása**

A rendszer alkalmas arra, hogy elektronikus azonosítási (azonosítás, előjegyzés, beléptetés, stb.) funkciókat lásson el az önkormányzatnál meglévő elektronikus ügyintézői rendszerekben.

### **Egészségügyi rendszerek integrálása**

A rendszer alkalmas arra, hogy elektronikus azonosítási (azonosítás, előjegyzés, beléptetés, stb.) funkciókat lásson el az önkormányzat egészségügyi információs rendszereiben. Itt különös létjogosultsága lehet a több területet is felölelő integrációs megoldásoknak, például, hogy kommunikáljon egymással a városkártya, az önkormányzat egészségügyi intézményében használt medikai információs rendszer, illetve a helyi parkolási rendszer. A funkció lényege, a beteg az ellátása időtartama alatt (illetve a betegfelvételt megelőző és az elbocsátást követő fél óráig), kedvezményesen, vagy ingyenesen parkolhat az arra kijelölt önkormányzati parkolóban.



## Oktatási funkciók integrálása

A rendszer alkalmas arra, hogy elektronikus azonosítási (azonosítás, beléptetés, stb.) funkciókat lásson el az önkormányzat oktatási intézményeiben használt tanulmányi rendszerekben. Ezen felül kihasználva a rendszer beépített kommunikációs csatornáit, CMS, egyéb funkcióit, megvalósíthatóvá válik a szülők, a tanulók (ezek csoportjainak, mint osztály, iskola, kollégium) számára megfelelő jogosultsággal elérhető tartalmak, jelenléti, elektronikus napló funkciók, személyre szabott értesítések stb.

## Egyéb kedvezmény, vagy más város által indított programok kiépítése, támogatása, közlekedési kártya

A rendszer alkalmas arra, hogy további olyan programokat is támogasson, amelyben fontos a résztvevők azonosítása. Ilyen programok lehetnek: szűrőprogramok, különböző egészségprogramok, de akár eseti programok, sport programok.

A kártyarendszer alkalmas arra, hogy azt a közlekedésben is használják elektronikus jegyrendszer részeként bérlet, vagy kedvezményes elektronikus jegy funkciókban.

## A Városkártya egyéb felhasználási lehetőségei

<i><b>Terület</b></i>	<i><b>Alkalmazás</b></i>
Munkahely	Dolgozói kártya, biztonsági azonosító jelvény
Kereskedelem	Azonosítás, kereskedői hűségkártya, árengedmény és garancia
Bárok, klubok	VIP kártya, tagkártya
Autómosók	Előre fizetett autómosás
Benzinkutak	Vásárlói kártya, kedvezménykártya, hűségkártya
Számítógépek	Garancia, felhasználó támogatása, belépési kódok, árengedmény
Edzőtermek	Tagkártya, szekrénycímke
Szállodák	Árengedmény, kulcs helyett, dolgozók azonosítása
Könyvtár	Azonosítás, vonalkód
Éttermek	Reklámozás, árengedmény, tagkártya, hűségkártya
Kiskereskedelem	Vásárlói kártya, kedvezménykártya, hűségkártya
Biztonság	Hozzáférhetőség nyomon követése, azonosítás
Bevásárló központok	Árengedmény, hűségprogramok, kedvezménykártya

## VI. A Budaörsön lefolytatott piackutatás eredménye

Az igények szerint két hullámban történt a városkártyára vonatkozó igények felmérése. Első körben Budaörs Város lakosságából nemre, korra és településrésztre reprezentatív mintán telefonos kutatást végeztünk el, majd ezt követte a személyes vállalkozói lekérdezés (amely minta a vállalkozások méretére reprezentatív).

A lekérdezésekben összesen 400 lakossági adatfelvételt és 300 vállalkozói adatfelvételt teljesítettünk.

A kutatások standard kérdőíves adatfelvétellel valósultak meg, azonban a helyi igények és sajátosságok jobb megismerése érdekében több nyitott kérdést is szerkesztettünk az adatfelvételi lapokra.

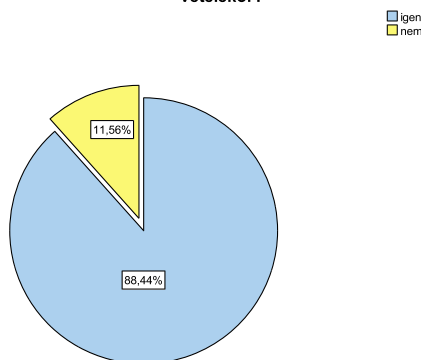
### Lakossági lekérdezés eredményei

A városkártya programok elkülönülnek (elkülöníthetők) a szerint is, hogy céljuk szerint a városba „látogatóknak” nyújtsanak kedvezményeket – ösztönözve ezzel az idegenforgalmat-, vagy a helyi lakosokat buzdítsák arra, hogy részesítsék előnyben a helyi vállalkozásokat, szolgáltatásokat.

A problémakör mérésére a hasonló kutatásokban sztenderd kérdést alkalmaztunk, amely azt firtatta, hogy inkább a városlakóknak vagy a városba érkezőknek nyújtsanak a helyi szolgáltatók nagyobb kedvezményeket?

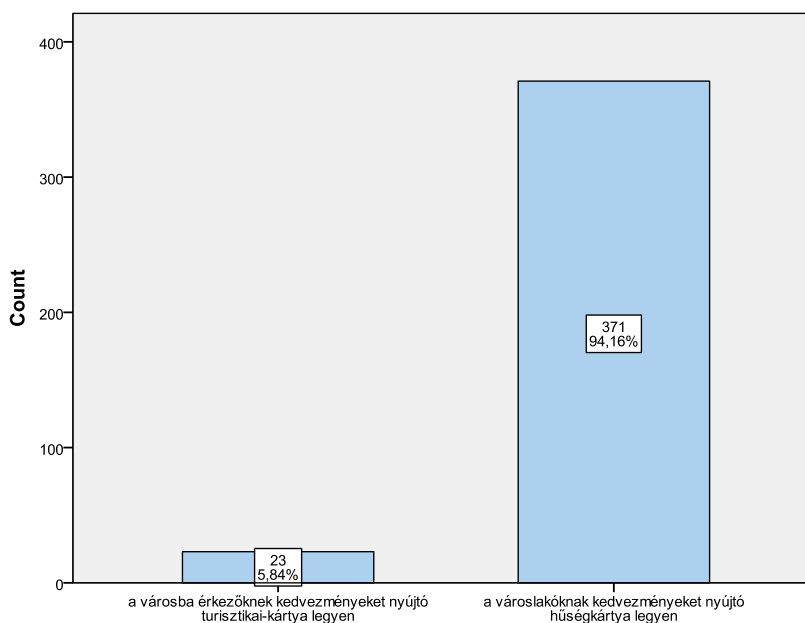
A válaszadók közel 90%-a értett egyet azzal a kijelentéssel, hogy a budaörsi lakosokat a nem városlakókhoz képest nagyobb kedvezmények illessék meg.

Egyet ért-e azzal, hogy a budaörsi lakosokat a nem városlakóknál nagyobb kedvezmények illessék meg a városban elérhető szolgáltatások igénybe vételekor?



Kérdésünk kitért arra is, hogy inkább azonnali kedvezményt nyújtó turisztikai, vagy kedvezményeket nyújtó hűségkártya bevezetését tartanák célszerűnek a válaszadók. Az eredmény egyértelmű volt és harmonizált az első kérdésre adott válaszokkal: 94,2 százalék gondolja úgy, hogy a bevezetendő kártya inkább hűség, mint turisztikai kártya legyen.

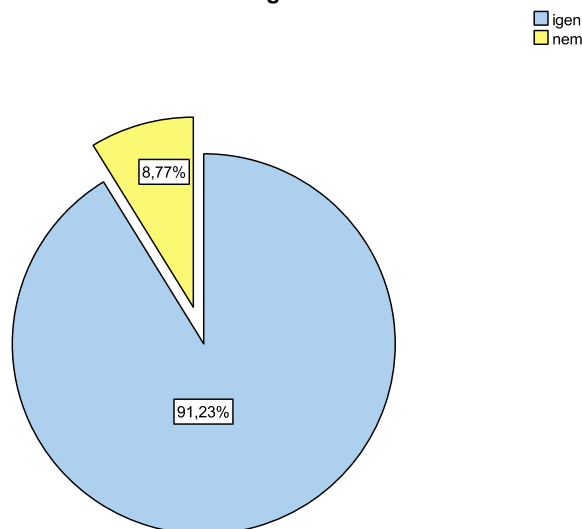
Az adatfelvételtől kiderült az is, hogy a budaörsi lakosok mindennapi életvitelének nem szerves része a különböző hűség- vagy kedvezménykártyák használata. A válaszadók



**Ha lenne Budaörsön városkártya, inkább**

többsége (55,2%) nem használ jelenleg semmilyen kedvezményre jogosító kártyát, ugyanakkor, ha lenne városkártya, akkor 91,2 százalék venné igénybe szolgáltatásait!

**Ha holnap bevezetnék Budaörsön a városkártyát, igénybe venné a szolgáltatásait?**



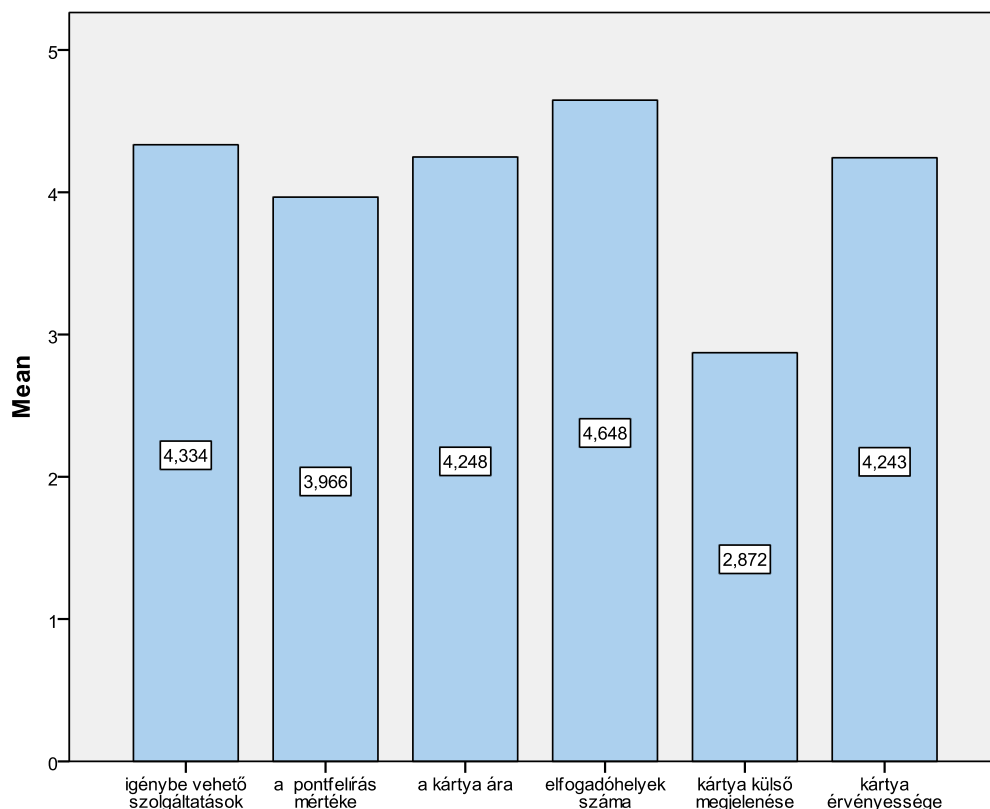
A tanulmány elején bemutatott városkártya modellekben a kártyák sehol sem voltak ingyenesek. Az előfordult, hogy a bevezetést támogató marketing eszközként az első (pár) ezer darabot ingyenesen bocsátotta ki az üzemeltető cég, de aztán mindenhol pénzdíjas formába működtették a települések – vállalkozások. A kártya árában nagy szórás látható, amely leginkább a nyújtott szolgáltatások tartalmával áll összefüggésben.

Kérdésünkben így mi is a különböző sávokat teszteltük. A legkisebb lakossági ráfordítást jelentő sáv már egy komplex tartalmú, okoskártya kialakítására is elegendő, mértük azonban azt is, hogy az igen válaszadókon belül milyen arányban lennének hajlandóak többet költeni a kártyára – amely arány a későbbi bővítéssel együtt járó árdragulást, és ezzel együtt azt a piaci szegmenst mutatja, aki hajlandó megfinanszírozni a többletszolgáltatásokat.

A válaszadók 78%-a választotta a szokásos, maximum 2000 Ft-os éves ráfordítású költségű kártyamodellt, de előzetes feltételezésünkkel ellentétes módon viszonylag magas azok aránya, akik hajlandóak lennének többet is kártyafinanszírozásra fordítani (14% fizetne a kártyáért akár 2000-4000 Ft is). 7,4% válaszolta azt, hogy ennél magasabb összeggel is támogatná a programot.

A városkártya programhoz csatlakozás megfogalmazott elvárásai összefügghetnek egyrészt a kártya funkcionalitásával, tartalmával (milyen szolgáltatásokra terjed ki); másrészt azzal, hogy a kártya használata során milyen hatások, tapasztalatok és benyomások érik a felhasználót. Vannak közösségek, ahol a kártya megjelenése fontos, más közösségek pragmatikusabbak, praktikusabbak és a tartalmi jellemzők és minőségek szerepelnek a preferencia-sorrend elején.

Válaszadóink körében az utóbbi, tartalmi jellemzőkre vonatkozó paraméterek voltak kiemelkedően fontosak. Arra kértük a válaszadókat, hogy az iskolai osztályzatok értékelési rendszerének megfelelően 1-5-ig pontozzák az egyes jellemzőket a szerint, hogy mennyire fontosak ezek számukra a kártya megítélésében, a programhoz való csatlakozásban. Az egyes érték azt mutatta, hogy számukra ez kevésbé fontos, az ötös azt, hogy nagyon. Az egyes minőségi jellemzőkre vonatkozó átlagokat mutatja a következő táblázat:

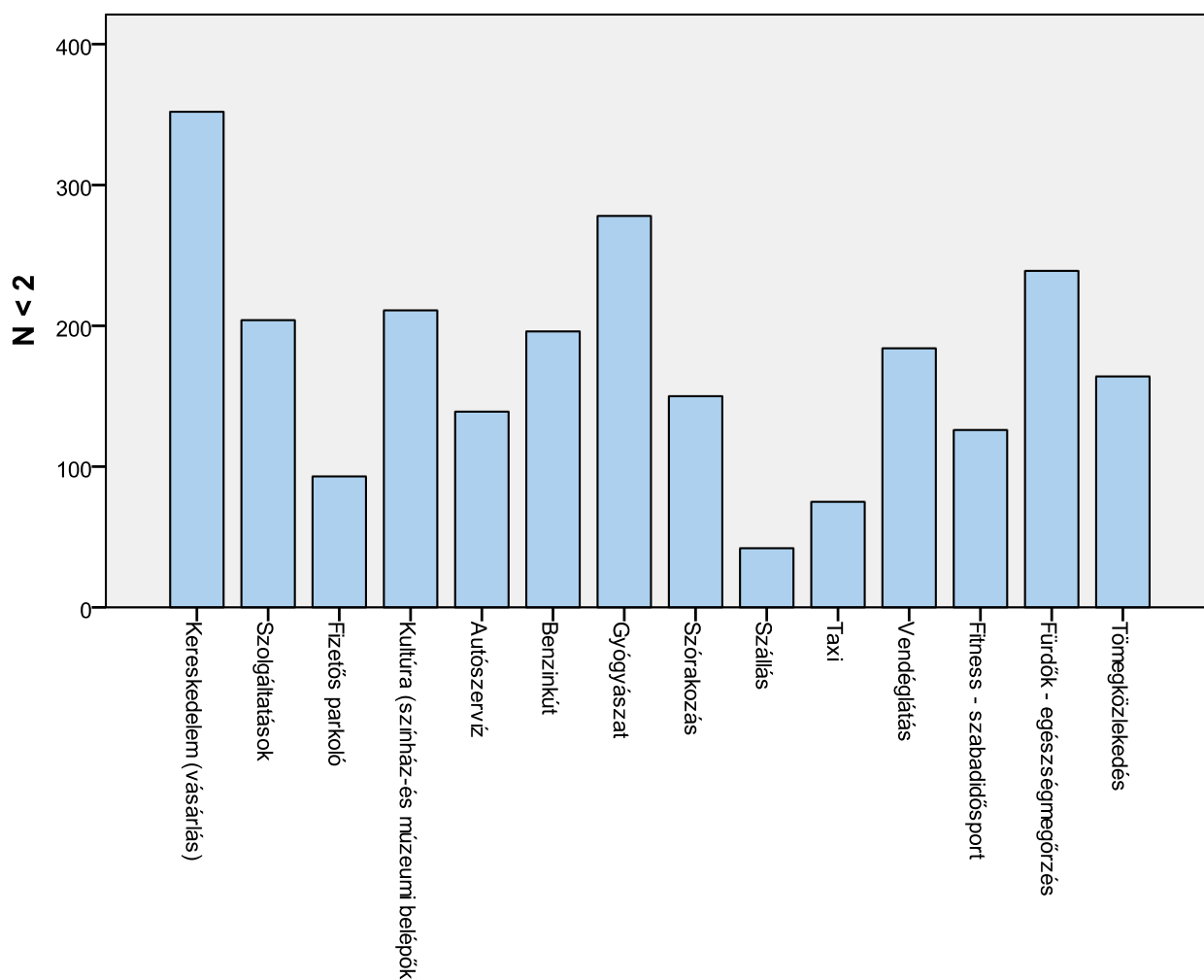


Látható, hogy a legmagasabb átlagpontoszámot az elfogadóhelyek száma és az igénybe vehető szolgáltatások köre kapta. Fontos szempontok még a kártya ára és érvényessége, legkevésbé a kártya külső megjelenése.

A pontfelírás mértéke átlagosnál fontosabb a válaszadók számára, ami utalhat arra is, hogy inkább a használat terjedelme, mint a használat mélysége dominál a felhasználás során (tehát nem attól függ a későbbiekben a használat gyakorisága, hogy kevés helyen kapjanak nagy kedvezményt, hanem hogy minél több helyen használhassák a kártyát).

Mértük azt a kört, amelyben a budaörsi lakosok használni szeretnék városkártyájukat. Főszabály szerint a kártya minden gazdasági ágban felhasználható, és fontosnak tartjuk megjegyezni, hogy nem is csak az ágazat lesz meghatározó a használat elterjedtségében, hanem egy idő után az egyes területeken a ma még nem látott/nem látható, de a használat során előbukkanó, a kártya által elérhető látens tartalmak és előnyök rendszere. Például ma nem fontos a kártya, mint „parkolójegy” használata, vagy mint tömegközlekedési eszközökön jegyhelyettesítő eszköz, de a feltételek megváltozásával lehet, hogy magasabbra értékelt tulajdonsággá válik az ebben a körben nyújtott szolgáltatás.

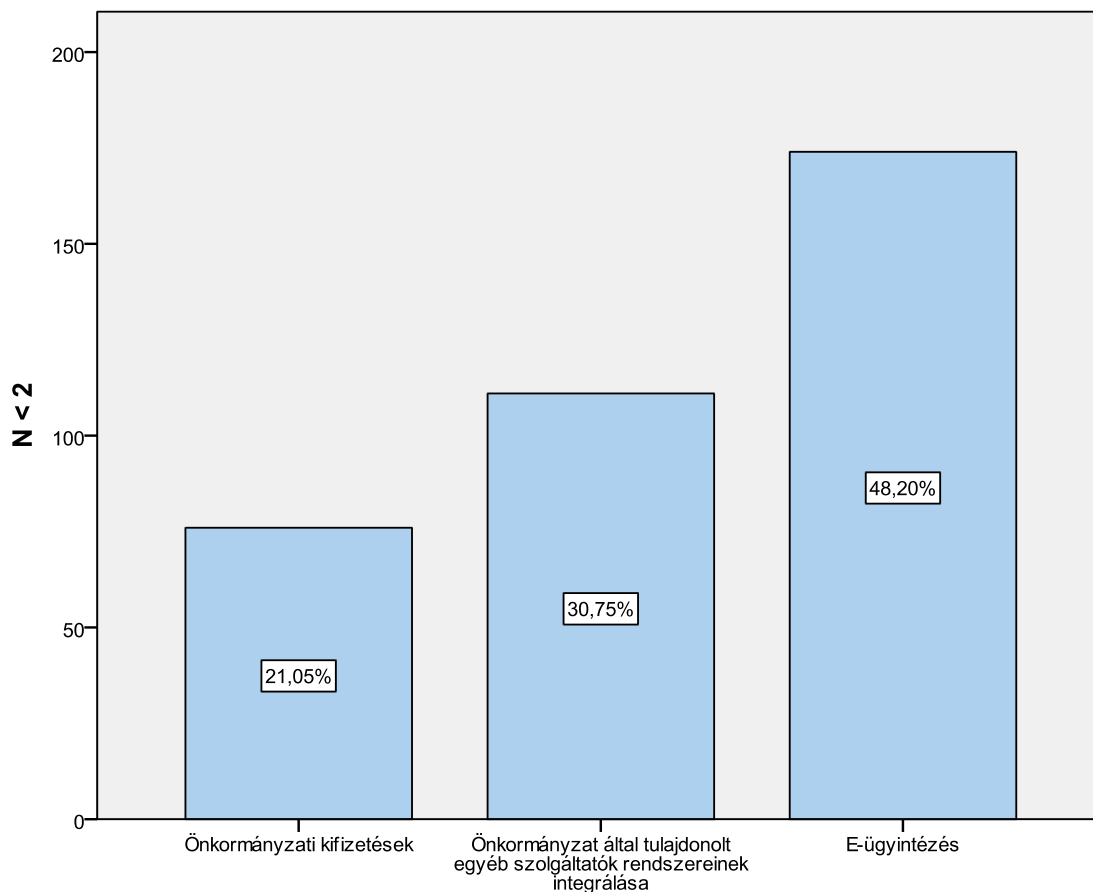
A jelenlegi szolgáltatási körökben leginkább a kereskedelem-vásárlás, gyógyászat és fürdőbelépők esetén a válaszadók négyötöde venne szívesen igénybe kedvezményeket. A kultúra, vendéglátás, benzinkút a válaszadók közel felének fontos terület lehet.



A közepes kategóriájú változópároknál felfedhető az adatokból, hogy a kultúra területén történő igénybevétel szignifikáns összefüggést mutat a nemmel és az iskolai végzettséggel (inkább a nők és a magasabb iskolai végzettségűek vennék igénybe a kártya szolgáltatásait a kultúra területén), nem korrelál a jövedelmi helyzettel. A vendéglátás és iskolai végzettség között is közepesnél erősebb, szignifikáns kapcsolat van (tehát a felhasználók minél magasabb iskolai végzettséggel rendelkeznek, annál inkább igénylik a szolgáltatási kört).

A kártya felhasználási köre kiterjeszthető nem csak a szolgáltatási, hanem a hivatalos, önkormányzati szolgáltatások területeire is. Adatfelvételünk idejében ezekre mutatkozott a legkisebb igény és szükséglet. Az önkormányzati kifizetések városkártyán keresztül megvalósulását a válaszadók mindössze 21%-a támogatta, az egyéb szolgáltató rendszerek integrálását körülbelül a válaszadók harmada (30,75%).

Leginkább az elektronikus ügyintézés volt népszerű, azonban az e területet fontosnak ítézők aránya nem érte el a válaszadók felét (48,2%).



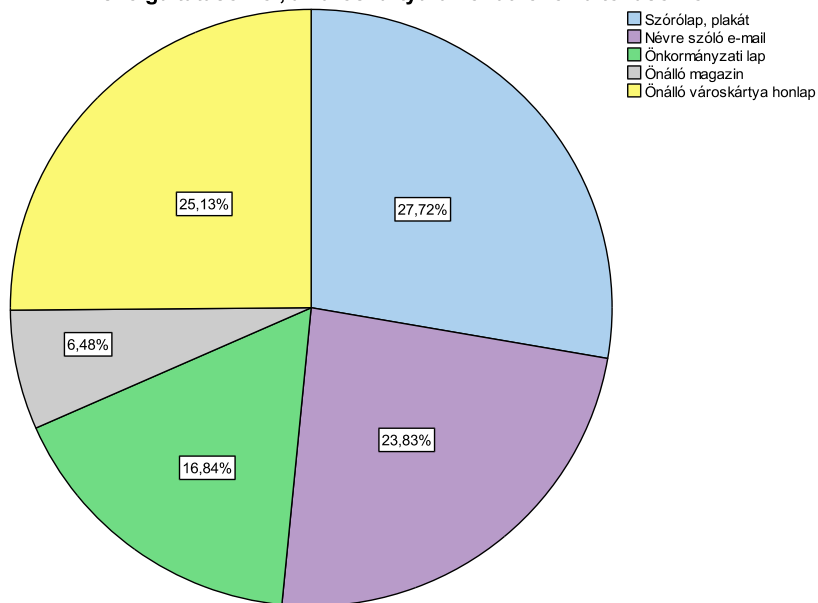
A városkártya program önmagában is reklám-és marketing eszköz. A vállalkozások számára egy újabb lehetőség és felület, amellyel ismertté és kedvelté tehetik szolgáltatásukat, bővíthet a tájékoztatási körük, célzott marketinget folytathatnak közvetve az ajándékkatalóguson, a városkártyához kapcsolódó honlapon, a városkártya programot magát népszerűsítő felületeken, vagy akár a kártyán magán.

Fontos azonban információval rendelkezni arról is, hogy a felhasználók (kártyatulajdonosok) milyen felületeken szeretnék információkat kapni a programról, aktuális akciókról, szolgáltatókról, termékekről.

Összegyűjtöttük a városkártyákhoz leggyakrabban kapcsolódó mediális felületeket, és kitapintottuk a mediális fogyasztás közösségi tereit.

A válaszadók körében egyenletes arányban oszlott meg három médiumra vonatkozó információszerzési igény: közel azonos százalékban szeretnék információhoz jutni szórólapokról, plakátokról, önálló honlapról és névre szóló e-mailből. A nyomtatott médiumok iránti igény háttérbe szorult: önkormányzati lapban 17% szeretne városkártyára vonatkozó információkat olvasni, önálló kiadványt pedig a válaszadók csekély köre, mindössze 6%-os tábora tartana megfelelő információs bázisnak.

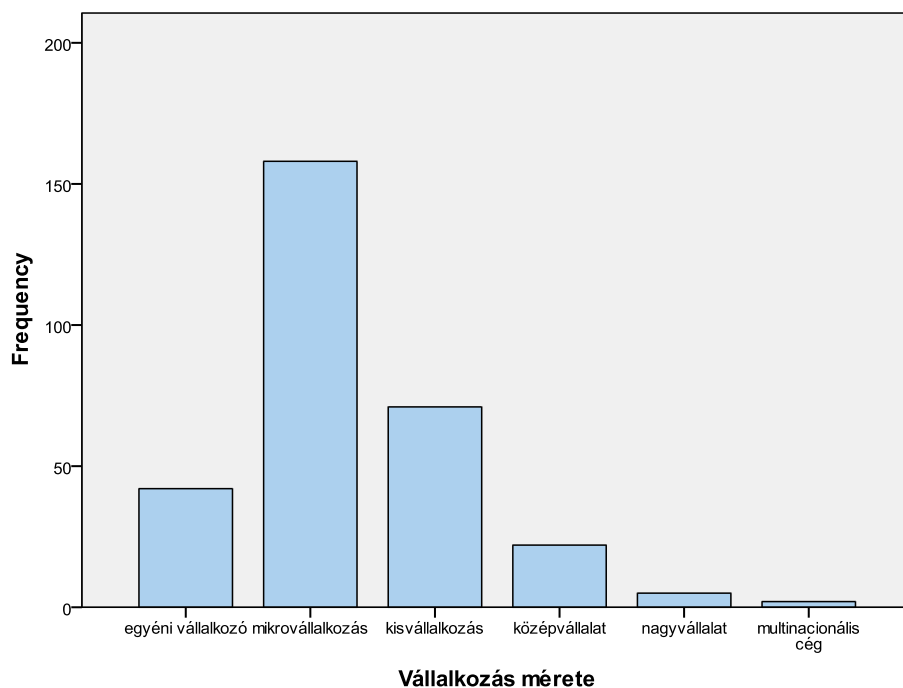
**Honnan szeretne legszívesebben tájékozódni a városkártyával igénybe vehető szolgáltatásokról, a városkártyára vonatkozó változásokról?**



### Vállalkozói lekérdezés eredményei

A vállalkozói lekérdezés célja kettős volt: egyrészt a vállalkozókat, mint magánembereket is kérdeztük arról, hogy felhasználói oldalon mi a véleményük a programról; másrészt arra voltunk kíváncsiak, milyen üzleti modellben, milyen tartalommal csatlakoznának a programhoz.

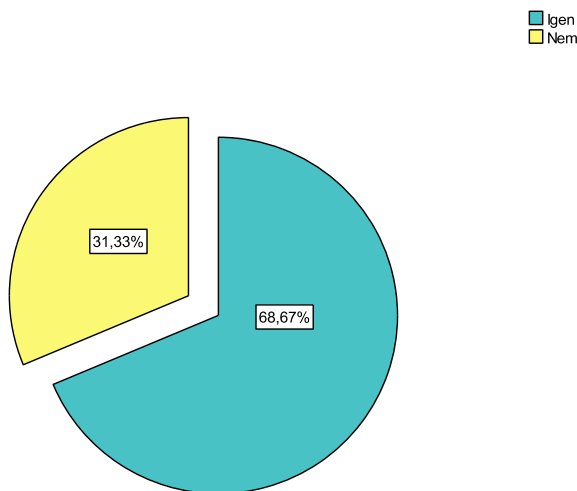
A vállalkozások esetében az alvállalkozó kvótás mintavételt alkalmazott, a kutatás a vállalkozások méretére nézve reprezentatív.



A vállalkozók 68,7%-a egyetértett azzal a kijelentéssel, hogy a helyi lakosokat nagyobb kedvezmények illessék meg, mint az alkalmasszerűen városba érkezőket, azonban az állítással való egyetértés mértéke nem volt olyan erős, mint a lakossági mintában (a lakosság körében

90% fölötti volt az egyetértők aránya, a vállalkozói mintában 68,7%) – de ezzel együtt is a válaszadók kétharmada válaszolt igennel a feltett kérdésre.

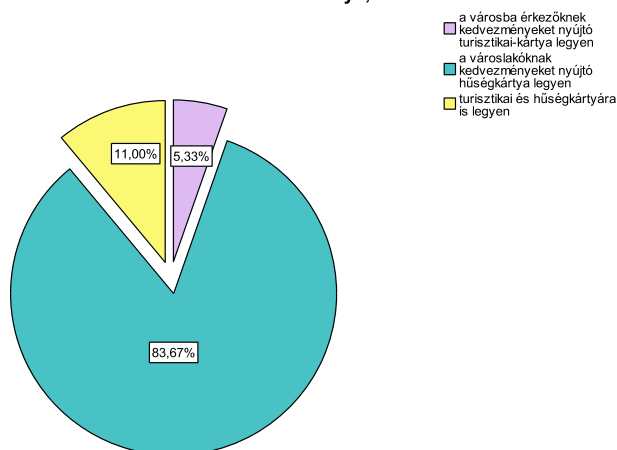
**Egyetért-e azzal, hogy a budaörsi lakosokat a nem városlakóknál nagyobb kedvezmények illessék meg a városban elérhető szolgáltatások igénybe vételekor?**



Magánszemélyként a vállalkozók többsége sem használ semmilyen hűségkártyát (de körükben a használók aránya magasabb, mint a lakossági mintában). Körükben szintén többségben vannak azok, akik szívesen válnának a városkártya szolgáltatásainak felhasználóivá (53,3% válaszolt igennel ezt firtató kérdésünkre).

A vállalkozók is kisebb mértékben, de egyetértettek azzal, amennyiben bevezetésre kerül

**Ha lenne Budaörsön városkártya, inkább...**



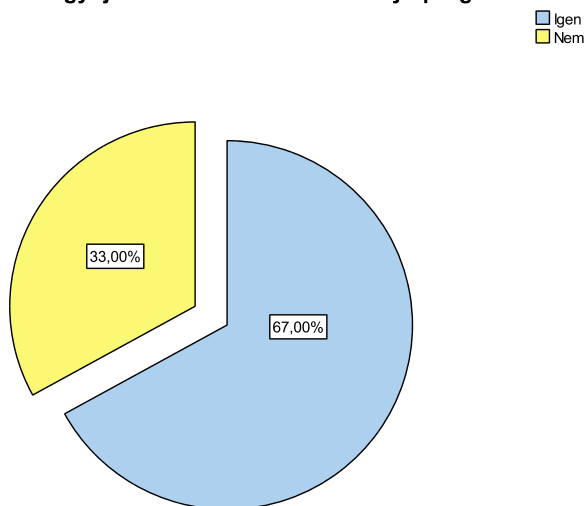
városkártya, az a helyi lakosoknak kedvezményeket nyújtó városkártya legyen (83,7%). Bár a kérdés feleletválasztós volt, a kérdezőbiztosok fontosnak tartották jelezni, hogy sok esetben mindkét opciót szívesen látná a vállalkozói kör: a válaszadók 11%-a azt jelölte meg kérdésre válaszul, hogy egyszerre legyen turisztikai és hűségkártya funkciókat betölteni képes a



konstrukció. Vélhetően azért, mert a vállalkozót a forgalom növekedése jobban motiválja, mint az, hogy esetlegesen ki generálja a forgalommnövekedést – a pénzügyi szemlélet bizonyos esetekben felülírja/felülírhatja a lokális érdekeket.

Erős a csatlakozni vágyás a programhoz: a válaszadók kétharmada csatlakozna a konstrukcióhoz (67%), és alig kevesebben voltak körükben azok, akik nem ajánlanának fel szívesen terméket a programba (64%).

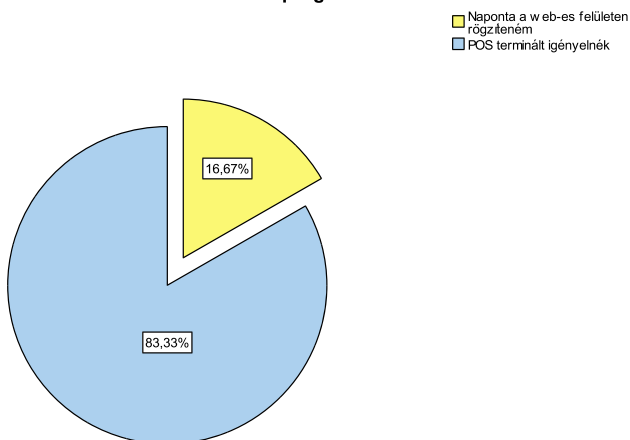
**A városkártyák többfélék lehetnek. Ön vállalkozóként csatlakozna hűségpontgyűjtő elven működő városkártya programhoz?**



A kérdezőbiztosok felkészítés után pontosan el tudták mondani a vállalkozóknak a különbséget a pontok rögzítésmódjai között. A két lehetőség, amely a hűségkártyák pontfelírási körébe tartozhat az internet-alapú, napi mechanikus pontrögzítés, illetve a kártyaleolvasós POS terminál, amely automatikusan integrálja egy központi adatbázisba az adatokat.

A vállalkozók kimagasló arányban a POS terminált választották rögzítési módul.

**A pontfelírásnak két módja van. Ön melyik opciót választaná abban az esetben, ha csatlakozna a programhoz?**



A kutatás során nyilvánvalóvá vált, hogy a budaörsi lakosok körében egyértelmű támogatottsága van a városkártya programnak mind felhasználói, mind csatlakozó partneri oldalon.

A mindennapok kultúrájának azonban jelenleg sem lakossági, sem vállalkozói oldalon nem része a hűségprogramokhoz, kedvezményakciókhoz való csatlakozás.

Nagyon fontos lesz a városkártya bevezetését szolgáló célzott marketing, amely ezt a gátat áttöri. A gát forrása lehet a programok ismeretlensége, a kényelem, a természetes emberi felejtés /jaj, otthon hagytam a kártyám.../, vagy akár az alkalmazottak ellenállása, hogy a kasszázás mellett miért foglalkozzanak még ezzel is stb. Ha a nem-használat preconcepciókra épül, azt az attitűdöt át kell formálni a program indulásakor.

A kártyaprogram sikerességét az elérhető szolgáltatások széles spektrumú kiépítettsége határozza majd meg, fontosabban ítélték a válaszadók a terjedelmét az igénybe vehető szolgáltatások körének, mint az egy helyen igénybe vehető kedvezmények mértékét.

A vállalkozóknál a nyitott kérdésekből látszik, hogy rendkívül bizonytalanok a program tartalmát illetően – vélhetően azért is, mert jellemzően magánemberként sem használnak (a lakosságnál tapasztalt módon) hűségkártyákat, így nagyon fontos lesz a bevezetés professzionális kommunikációja, a program tartalmának – lehetőségeinek és a vele járó kötelezettségeknek is – a szakszerű és pontos ismertetése.

Rendkívül alacsony az önkormányzat szolgáltatásait a kártyán keresztül igénybe venni kívánók köre. A lakosok még ha nem is használnak hűségkártyákat, a rendszer működését pontosan ugyan nem ismerik, de sejtik. Bizonytalanságot éreztünk a válaszokban azzal kapcsolatban, hogy egyértelműen és azonnal azonosítható lenne: az önkormányzati szolgáltatások egy része is kiválóan rátelepíthető a programra. A lakosság-vállalkozások-önkormányzat háromszög önkormányzati lába a legkevésbé konkrét és kézzelfogható a lakosság számára, ezért ennek a pontos tartalmának kialakítására, megfelelő kommunikációjára szintén nagyon fontos figyelni akkor, ha már a bevezetés pillanatától fontos ezen szolgáltatási kör megfelelő használati arányának gyors elérése.

## **VII. Tervezett költségek és bevételek**

### ***A projekt tervezett pénzügyi folyamatai***

Tekintettel arra, hogy a szolgáltatói környezet (szerver hosting, telefonos ügyfélszolgálat, helpdesk, kártyagyártás és logisztika, support stb.) nagyon költséges, ezért ezeket bérleti konstrukcióban javasolt igénybe venni, mivel így nem szükséges ezek kialakításának és fenntartásának Önkormányzat részéről történő egyösszegű finanszírozása a Városmarketing Kft.-ben. Azonban induláshoz szükséges forrást az Önkormányzatnak kell biztosítani, oly módon, hogy törzstőke emeléssel a Városmarketing Kft. részére átadja.

A rendszer kiépítését követően sor kerül a kártyák legyártására. Az eddigi bevezetések eredményei azt mutatják, hogy a kártyákat legalább a nyugdíjas és gyermekkorú polgárai számára ingyenesen vagy kedvezményesen kell biztosítani a kibocsátónak, ezért szükséges, hogy az önkormányzati döntés által érintett kártyák legyártáshoz az Önkormányzat nyújtson

fedezetet. A kártyagyártáshoz szükséges önkormányzati források részben vagy egészben történő kiváltására a kártyák hátlapjának és más reklámfelületeknek a támogatók (reklámozók) részére történő, illetve a kártyáknak a lakosság részére történő értékesítése szolgálhat.

A rendszer üzemeltetésének költsége túlnyomórészt kártyaszám arányosan jelentkezik. A Városmarketing Kft. elindítását és a kártyák kibocsátását követően a további működési költségeket túlnyomórészt a városkártyát igénybe vevő lakosok számára beindításra kerülő loyalty (hűségkártya) rendszer tranzakciós díja fedezi, melyet a bekapcsolódó (a lakosoknak kedvezményt biztosító) kereskedő és szolgáltató partnerek fizetnek és mértéke a kártyák igénybevételével történő fizetések után, tranzakciónként 0,5-2% értékben.

Az így kialakításra kerülő, "önellátó" üzleti modell fenntartja és működteti azt a városkártya rendszert, melyre ráépíthetők a további városi és más helyi szolgáltatások.

### *Részletes költségterv*

#### **1. RENDSZER BEVEZETÉSE ÉS INDÍTÁSA**

Projekt indulása:	2012. október		
Kártyamegrendelés			
2012. október-november	7 900 000 Ft		10 000 kártya 790Ft+ÁFA/db (Amennyiben az Önkormányzat ingyenesen biztosítja a lakosság számára)
Városkártya rendszer bevezetése			
2012. október-november	7 900 000 Ft		rendszer jogai
2012. október-november	7 500 000 Ft		arculat, kártya design, portálrendszer
2012. október-november	7 500 000 Ft		Partner szerződéscsomag, belépési nyilatkozatok, szabályzatok, jogi háttér
2012. október-november	7 100 000 Ft		városkártya népszerűsítését, igénylését célzó lakossági promóció
I. ütem összesen	30 000 000 Ft		
2012. november	5 000 000 Ft		városkártya rendszer szervezeti keretei, pl. call-center, ügyfélszolgálat
2012. november	7 500 000 Ft		partner promóció, partnertoborzás, oktatás
II. ütem összesen	12 500 000 Ft		
2012. december	7 500 000 Ft		forgalomgeneráló kampány: "elfogadóhelyek klubja" szervezése, kártyahasználatra ösztönző lakossági promóció
III. ütem összesen	7 500 000 Ft		
Rendszerbevezetés költsége	50 000 000 Ft		
Bevételi lehetőségek 2012-re	4 000 000 Ft	kártyahátlap	4 000 000 Ft+ÁFA/10 000 db kártya, utána ismételten jelentkezik városkártya népszerűsítő kiadványokban megjelenés
	1 000 000 Ft	jutalékok	A belépett szolgáltatók, a vásárlások után utalt összege
	1 500 000 Ft.	egyéb	reklám bevételek

A táblázatban nettó beszerzési árak szerepelnek.

## **A. ütem: Rendszerbevezetés**

2012. október - november

### **1. Kártyarendelés 7.900.000 Ft + ÁFA.**

A jóváhagyott megjelenésnek megfelelően a kártyarendelés a belépési nyilatkozatok számától függetlenül már a rendszer elindulásának kezdetén megtörténik, mivel a nyerskártyák megszemélyesítésére később is lehetőség van.

A városkártya program alapját képező kártyák előállítási díja darabonként nettó 790 Ft, mely magában foglalja annak egységes (egyedi városi) arculattal történő ellátásának, valamint az egyedi megszemélyesítés költségeit is. Minden kártya egyedi DM levélben, PIN kóddal, borítékolva kerül kiszállításra.

A kártyákat 3 év élettartamra tervezzük, így azok költsége 3 évenként jelentkezik (Szükség esetén nyilván pótlásra, újragyártásra kerülnek a kártyák).

Az Önkormányzat döntése szerint (kártyaár, reklámértékesítés) a kártyák finanszírozása háromféle forrásból történhet:

1. önkormányzati
2. lakossági
3. reklámozó (pl. kártyahátlapon)

### **2. A rendszer jogainak megvásárlása 7 900 000 Ft +ÁFA.**

A díj a rendszer telepítésének és paraméterezésének vállalkozási díja. A városkártyát kiszolgáló informatikai rendszer jogainak megvásárlásával az Önkormányzat (a Városmarketing Kft.) birtokosává válik a szerzői jogokkal védett informatikai és portálrendszernek.

A portál vonatkozásában kiemelt jelentőségű, hogy nagy biztonságú szerverhotelben elhelyezkedő kiszolgálócsoporton fusson, hiszen a városkártya rendszer összes funkciója ezen portálrendszer keretein belül kerül megvalósításra. Ennek a fajta architektúrának az egyik előnye, hogy a működtetéshez a kiszolgáló oldalon semmilyen egyéb informatikai erőforrásra nincs szükség, így nem ró felesleges terheket a kapcsolódó szolgáltatókra. A felhasználói oldalon a rendszer használatához mindössze internetes böngésző szükséges, így minden olyan infokommunikációs eszköz alkalmas az elérésére, amelyet ilyen böngészővel elláttak (régibbi és újabb típusú számítógépek, okostelefonok, táblagépek, újabb televíziók, set-top-boxok, stb.)

### **3. A rendszer arculati elemeinek megtervezése és megvalósítása 7 500 000 Ft + ÁFA**

Városkártya arculat elkészítése:

- design elemek, képek beszerzése;
- design megtervezése (több opció elkészítése);
- Városkártya arculat elkészítése.

A Városkártya Program elindulásához az első lépés egy egységes, impozáns kép kialakítása a Városkártyáról, mely alkalmas arra, hogy megjelenítse a városlakók, valamint a rendszerben résztvevők számára a város arculatát. A települést leginkább jellemző táj, épület, vagy településrész képének, illetve a címernek önkormányzat által történő rendelkezésre bocsátása után készül el a Városkártya egyedi arculata, mely a későbbiekben az egységesség jegyében felhasználásra kerül a Városkártya elő- és hátlap tervezésénél, honlap kialakításánál, valamint a promóciós anyagok készítésénél.

Városkártya előlap, hátlap elkészítése

- előlap és hátlap design megtervezése, kivitelezése;
- Városkártya hátlap értékesítése (potenciális helyi vállalkozások felkeresése, tárgyalások stb.).

Az Önkormányzat által rendelkezésre bocsátott arculati elemek felhasználásával készül el több tervezet a Városkártya megjelenésére vonatkozóan, melyek közül az Önkormányzat választja ki és hagyja jóvá a leginkább megfelelőt.

Városkártya portál, call-center

- honlap tartalom készítése: honlapra felkerülő cikkek, PR-anyagok elkészítése;
- Call center menürendszer elkészítése.

Szintén a már kiválasztott arculati elemek segítségével készül el a Városkártya Portál rendszere.

#### **4. Jogi háttér megteremtése 7 500 000 Ft + ÁFA**

A megbízható, jogi szabályozásnak mindenben megfelelő szerződéses háttér elkészítése: belépési nyilatkozat, adatkezelési szabályzat, partnerszerződések és a működés kereteiről rendelkező más szabályzatok

Belépési nyilatkozat

- Belépési nyilatkozat tervezése, elkészítése;
- Belépési nyilatkozat nyomtatása, sokszorosítása.

A Belépési nyilatkozat kitöltésével és aláírásával a leendő kártyabirtokos csatlakozik a városkártya programhoz és elfogadja a városkártya szabályzatot. A város lakosai tehát ezen nyilatkozat kitöltésével igénylik városkártyájukat, és egyúttal hozzájárulnak adataik kezeléséhez is. A belépési nyilatkozatot az adatkezelésre vonatkozó jogszabályoknak megfelelően készülnek el, illetve gondoskodni kell azok átvételéről és kezeléséről is.

Partner szerződés csomag elkészítése

- Szerződések, szabályzatok szövegezése.

## **5. A lakossági tájékoztatás, promóció bevezető lépései 7 100 000 Ft + ÁFA**

### Városhártya Program népszerűsítése

- PR-anyagok elkészítése;
- PR-anyagok megjelentetése helyi lapban, honlapon, stb.;
- szórólapok készítése;
- plakátok készítése;
- molinók készítése;
- rendezvényekre kitelepülés (Városhártya bemutatása, népszerűsítése hostess promóció keretében: szükséges felszerelés beszerzése, munkadíj stb.).

A rendszer működésének alapvető feltétele, hogy a lakosság minél nagyobb részét nyerjük meg a Városhártya Program részesévé, így a hűségkártya-rendszer előnyeit bemutató tájékoztató anyagok, PR-cikkek, szórólapok, plakátok elkészítését, DM kampányok szervezését kell elvégezni.

### **B. ütem: Rendszerindítás**

2012. november

## **1. Szervezeti keretek megteremtése (ügyfélszolgálat, call-center) 5 000 000 Ft + ÁFA**

### Városhártya Központ kialakítása

- Ügyfélszolgálatos kollégák kiválasztása;
- Ügyfélszolgálatos kollégák oktatása.

A Belépési nyilatkozat leadásának, a kártya átvételének, illetve a pontok beváltása során a termékek átvételének helyszíne. A Városhártya Központ alkalmazottainak kiválasztása és felkészítése az iroda kialakítását követően történik. Az ügyfélszolgálati irodában dolgozók a városhártya rendszer működéséről széles körű, naprakész információval rendelkeznek, így a Belépési nyilatkozatok kezelése és a pontbeváltás mellett bármilyen kérdés esetén a lakosság és a partnerek rendelkezésére állnak.

Az ár az ügyfélszolgálati helyiség, eszközök, munkaerők kiválasztását, és a tárgyi eszközök beszerzését foglalja magában.

### Telefonos ügyfélszolgálat

- Call center menürendszer elkészítése;
- Call centeres kolléga kiválasztása;
- Tájékoztató anyagok elkészítése.

### Online médiaszereplés

- Közösségi média szereplés: Budaörs Városhártya Facebook oldal elkészítése.

## **2. Partnerpromóció és toborzás, illetve a csatlakozott partnerek oktatása 7 500 000 Ft + ÁFA**

Partner promóciós anyag elkészítése:

- Partner promóciós anyag megtervezése, elkészítése;
- Partner promóciós anyag sokszorosítása;
- Reklám kampányok a partnerek megnyerésére (szórólap, plakát stb.).

A városkártya rendszer működésének elengedhetetlen részét képezik a kártyaelfogadó helyek, épp ezért nagyon fontos, hogy a városban működő vállalkozások megfelelő tájékoztatást kapjanak a városkártya nyújtotta lehetőségekről. Ezt szem előtt tartva kell elkészíteni a partnereknek szóló egzakt, lényegre törő tájékoztató anyagot a rendszerhez történő csatlakozás feltételeiről. A promóciós anyagban kiemeljük a rendszer vállalkozások számára vonzó elemeit, illetve tájékoztatást kapnak a csatlakozással járó kötelezettségekről és költségekről is.

Partnertoborzás

- üzletkötők kiválasztása;
- üzletkötők oktatása;
- üzletkötők megbízási díja;
- üzletkötők egyéb költségei (pl. utazás).

A partnerszervezésre leginkább alkalmas, jól képzett, kommunikatív személyek kiválasztását követően veszi kezdetét a városban működő vállalkozások, cégek felkeresése. A megkeresések alkalmával minden partner személyes tájékoztatást kap a csatlakozás lehetőségéről, végül pedig a rendszerhez csatlakozni kívánó partnerekkel megtörténik az Együttműködési Szerződés megkötése.

Oktató dokumentáció készítése, partnerek oktatása

Csatlakozott partnereknek

- Oktató-anyag készítése;
- Csatlakozott partnerek megkeresése, oktatása.

A rendszerhez csatlakozott pontfelíró-partnereink részére oktató anyag készül, melynek segítségével minden esetben zökkenőmentesen történhet majd a hűségpontok felírása.

Az ügyfél-, illetve partnerkör kialakítását követően a rendszer gyakorlati működésének feltételei adottak, így kezdetét veheti a vásárlások utáni hűségpontok gyűjtése.



**C. ütem: A városkártya használatát ösztönző kampányok**  
2012. december

**1. Komplex forgalomgeneráló kampány 7 500 000 Ft + ÁFA**

Kártyabirtokosoknak

- hírlevelek,
- elektronikus és papíralapú promóciós anyagok.

Csatlakozott partnereknek

- „VK Klub” – elfogadóhelyek klubja szervezése;
- Marketing eszköztár használatának promótálása.

A csatlakozást célzó tevékenység után a rendszer „valódi” elindulásához az is szükséges, hogy a kártyabirtokosok és a csatlakozott partnerek körében forgalomgeneráló kampány történjen, melynek eredménye, hogy a városkártya használata a mindennapi gyakorlat része lesz, ezzel pedig a fenntartható működés időszaka is megkezdődik.

A befektetett erőforrások a városkártya használat ösztönzését célozzák, a kampánnyal elérjük, hogy lehetőleg minél többen hordják a tárcájukban a kártyát, használják azt a mindennapokban, a partnerek napi működésük részeként vegyék igénybe a városkártya program kínálta marketing eszköztárat.

A Budaörs VK Klub az elfogadóhelyek számára kínált speciális csomagajánlatokat, kapcsolatteremtésre használható exkluzív rendezvényeket, egyéb szolgáltatásokat foglal magába, melynek részeként a kártyát elfogadó partner személyre szabott ajánlatokkal élhet, és részévé lehet a Budaörsért sokat tévő, ilyen minőségében az Önkormányzat által elismert vállalkozásoknak.

**Bevételi lehetőség 2012. évben**

A szerződések teljesedése után vagyoni értékű jogok az Önkormányzatot (Városmarketing Kft-t) illetik, ezzel már a rendszer indításától kezdve érhetők el bevételek

**1. Kártyahátlap-reklám 4 000 000 Ft + ÁFA**

A kártyahátlap értékesítésével 10 000 kártyánál a becslések szerint 4 000 000 Ft + ÁFA bevétel érhető el, ezzel a kártyák bekerülési költségének 50%-át lehet finanszírozni.

További bevételi lehetőségek a belépő partnerek által esetleg fizetett belépési díjak, reklám díjak, forgalmi jutalékok stb.

**2. RENDSZER MŰKÖDTETÉSE**

A program fenntartható működésének modellezése: pénzügyi terv 2013. évre

Kártyabirtokosok száma	10000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
<b>Havi költségek (e Ft)</b>	<b>01. hó</b>	<b>02. hó</b>	<b>03. hó</b>	<b>04. hó</b>	<b>05. hó</b>	<b>06. hó</b>	<b>07. hó</b>	<b>08. hó</b>	<b>09. hó</b>	<b>10. hó</b>	<b>11. hó</b>	<b>12. hó</b>	<b>éves</b>
Bérköltség	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	9 600
Adó	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	720
Kártya üzemeltetési költségek (100Ft+ÁFA/kártya)	1 270	1 270	1 270	1 270	1 270	1 270	1 270	1 270	1 270	1 270	1 270	1 270	15 240
Könyvelés, pénzügy	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1 200
Telefon költség	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	300
Marketing költség	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	7 200
Ingatlan bérlet	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1 200
<b>Összesen</b>	<b>2 955</b>	<b>2 955</b>	<b>2 955</b>	<b>2 955</b>	<b>2 955</b>	<b>2 955</b>	<b>2 955</b>	<b>2 955</b>	<b>2 955</b>	<b>2 955</b>	<b>2 955</b>	<b>2 955</b>	<b>35 460</b>
<b>Bevételek (e Ft)</b>	<b>01. hó</b>	<b>02. hó</b>	<b>03. hó</b>	<b>04. hó</b>	<b>05. hó</b>	<b>06. hó</b>	<b>07. hó</b>	<b>08. hó</b>	<b>09. hó</b>	<b>10. hó</b>	<b>11. hó</b>	<b>12. hó</b>	<b>éves</b>
Tranzakciós díj	400	600	800	1 000	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	12 400
Forgalom/kártyabirtokos/hó	4	6	8	10	12	12	12	12	12	12	12	12	
közvetlen marketing bevételek, rendezvények bevételei	10	20	30	30	40	40	50	50	50	60	60	60	500
katalógus bevétel (reklám, merchandise, egyéb termékek)	0	0	2 000	1 000	1 000	3 000	1 000	1 000	3 000	1 000	1 000	4 000	18 000
partnercégek dolgozóinak kártyadíja 1000Ft+ÁFA/db	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	1 524
pályázati fejlesztési forrás						7 500							7 500
<b>Összesen</b>	<b>537</b>	<b>747</b>	<b>2 957</b>	<b>2 157</b>	<b>2 367</b>	<b>11 867</b>	<b>2 377</b>	<b>2 377</b>	<b>4 377</b>	<b>2 387</b>	<b>2 387</b>	<b>5 387</b>	<b>39 924</b>

## **A. Költségek**

### **1. Bérköltség**

A Városmarketing Kft. ügyvezetőjén kívül egy fő alkalmazása javasolt, akik a program helyi képviselőjét, partnerszervezési feladatokat ellátja.

### **2. Adó**

A működéshez kapcsolódó közterhek (helyi adók stb.)

### **3. Kártyaüzemeltetési költségek**

A rendszer üzemeltetéséhez kapcsolódó telefonos ügyfélszolgálati szolgáltatás, illetve rendszerüzemeltetési feladatok ellátásának becsült költsége, kártyánként nettó 100 Ft havonta.

### **4. Könyvelés, pénzügy**

A mindennapi működés pénzügyi támogatása körében a havidíjas és kiegészítő óradíjas konstrukcióban a városkártya projekttel kapcsolatos, alább részletezett szervezési, koordinálási, továbbá könyvelési, bankszámla kezelési, és egyéb tanácsadási feladatok

- a) számlázás, klíring:
- b) kintlévőség-kezelés:
- c) könyvelés, pénzügyi adatszolgáltatás
- d) kontrolling, beszámolók

### **5. Telefon költség**

A partnerekkel való kapcsolattartás telefonköltség-vonzata (alkalmazottak)

### **6. Marketing költség**

PR tevékenység

- Közösségi média szereplés: Budaörs Városkártya Facebook oldal üzemeltetése, folyamatos aktivitás;
- Lakossági promóciós anyagok készítése;
- Partnerkapcsolati tevékenység (problémák, kérdések kezelése, kapcsolattartás és városkártya szolgáltatások iránti kereslet teremtése – pl. direkt marketing);
- Időszakos megjelenés a kapcsolódó önkormányzati és nem önkormányzati szervezésű rendezvényeken.

Városkártya katalógus

- Katalógus megtervezése, nyomdakész összeállítása;

- E-katalógus elkészítése;
- Katalógus-megjelenés promótálása a potenciális hirdetőik körében;
- A katalógusban reklámpartnerek, hirdetőik szervezése: nem partnerek esetén a nyomdaköltség fedezeti összegének eléréséig a havidíjban foglalt, utána 35% jutalék ellenében.

Direkt marketing kampányok tervezése

## **7. Ingatlanbérlet**

Ügyfélszolgálati iroda bérleti díja (Önkormányzat által biztosított helyiség esetében az összeg csökkenhet)

## **B. Bevételek**

### **1. Tranzakciós díj**

A Városmarketing Kft. elindítását és a kártyák kibocsátását követően a további működési költségeket a városkártyát igénybe vevő lakosok számára beindításra kerülő loyalty (hűségkártya) rendszer tranzakciós díja fedezi, melyet a bekapcsolódó (a lakosoknak kedvezményt biztosító) kereskedő és szolgáltató partnerek fizetnek és mértéke a kártyák igénybevételével történő fizetések után, tranzakciónként 0,5-2% értékben.

### **2. Közvetlen marketing bevételek, rendezvények bevételei**

A Loyalty rendszer számtalan előnyt nyújt mind a lakosok, mind a partnerek számára, így az kellően népszerű és attraktív lesz ahhoz, hogy a városkártyát és szolgáltatásait mindenki szívesen használja. További szolgáltatások ráépítése és bővítése így egyszerű, olcsó és hatékony lesz, valamint számtalan előnyt biztosít a lakosokkal és partnerekkel kiépítésre kerülő egyedi, kétirányú infokommunikációs csatorna, melybe beépíthetőek a különböző pénzügyi és szolgáltató ügyfélkapcsolatok, ami manapság már elengedhetetlen egy korszerű XXI. századi terméknel.

A célzott marketing szolgáltatások nyújtása további bevételeket termel a Városmarketing Kft.-nek.

A belépési nyilatkozatok alapján rögzített, vagy a későbbiekben a felhasználó által módosított direkt marketing preferenciák szolgáltatják ezen rendszerelem alapját. A szolgáltatók egy olyan felületet kapnak, amely alkalmas a direkt marketing kampány alapjául szolgáló listák létrehozására. Ezen funkció keretein belül egy szolgáltató kiválaszthatja a rendszer szinten rögzített felhasználói adatok függvényében a célcsoportot (pl. 16-32 év közöttiek, városkörnyéki lakosok), lehetőséget kell biztosítani továbbá a DM preferenciák szerinti további szűrésekre is. Amennyiben a megszólítandó felhasználók semmilyen feltétel mentén sem csoportosíthatóak, lehetőséget biztosítunk a szabad, darabonkénti adatbázis összeállítására is.

### **3. Katalógus bevétel (reklám, egyéb termékek)**

A városkártya hűségprogramban gyűjthető pontok beváltása a negyedévente megjelenő katalógusokból történhet, amely beváltás során különösen az önkormányzati címet tartalmazó termékek, valamint az ún. „egyéb” termékek (nem a partnerek által biztosított termékek) értékesítésével érhető el jelentős bevétel.

#### **4. Partnercégek által azok dolgozóinak biztosított kártyák díja**

A városban működő cégek számára lehetőség biztosítható, hogy a náluk dolgozók (adott esetben nem budaörsi lakosok) számára a béren kívüli juttatási csomag elemeként városkártyát adjanak.

#### **5. Pályázati forrás**

Az e-kereskedelmet támogató KMOP keretében a Budaörsi Városmarketing Kft. mikrovállalkozásként 50%-os támogatási intenzitással 15-17 millió forint összértékű projekttel pályázhat.

### **VIII. A bevezetés lépései**

#### **Városkártya arculat elkészítése**

A Városkártya Program elindulásához az első lépés egy egységes, impozáns kép kialakítása a Városkártyáról, mely alkalmas arra, hogy megjelenítse a városlakók, valamint a rendszerben résztvevők számára a város arculatát. A települést leginkább jellemző táj, épület, vagy településrész képének, illetve a címernek önkormányzat által történő rendelkezésre bocsátása után készül el a Városkártya egyedi arculata, mely a későbbiekben az egységesség jegyében felhasználásra kerül a Városkártya elő- és hátlap tervezésénél, honlap kialakításánál, valamint a promóciós anyagok készítésénél.

#### **Városkártya előlap és hátlap megtervezése, kártyarendelés**

Az önkormányzat által rendelkezésre bocsátott arculati elemek felhasználásával készül el több tervezet a Városkártya megjelenésére vonatkozóan. A jóváhagyott megjelenésnek megfelelően a kártyarendelés a Belépési Nyilatkozatok számától függetlenül már a rendszer elindulásának kezdetén megtörténik, mivel a nyerskártyák megszemélyesítésére később is lehetőség van.

#### **Városkártya Portál**

Szintén a már kiválasztott arculati elemek segítségével készül el a Városkártya Portál megjelenése, illetve tartalommal történő feltöltése. A honlapra felkerülnek a rendszer működésével kapcsolatos legfontosabb információk, szabályzatok, felhasználási feltételek, emellett a portált eszközként használjuk a Városkártya Programmal kapcsolatos legfrissebb információk lakosság felé történő kommunikálására.

#### **Városkártya Programot bemutató, népszerűsítő PR-anyagok készítése**

A rendszer működésének alapvető feltétele, hogy a lakosság minél nagyobb részét nyerjük meg a Városkártya Program részesévé, így a hűségkártya-rendszer előnyeit bemutató

tájékoztató anyagok, PR-cikkek, szórólapok, plakátok elkészítése, DM kampányok szervezése kiemelten fontos. Ennek lebonyolítására megfelelő céget kell megbízni.

### **Belépési Nyilatkozat**

A Belépési Nyilatkozat kitöltésével és aláírásával a leendő Kártyabirtokos csatlakozik a Városkártya Programhoz és elfogadja a Városkártya Szabályzatot. A város lakosai tehát ezen Nyilatkozat kitöltésével igénylik Városkártyájukat, és egyúttal hozzájárulnak adataik kezeléséhez is. A Belépési Nyilatkozatot az adatkezelésre vonatkozó jogszabályoknak megfelelően készítjük el, illetve gondoskodunk azok átvételéről és kezeléséről.

### **Városkártya Központ kialakítása**

A Belépési Nyilatkozat leadásának, a kártya átvételének, illetve a pontok beváltása során a termékek átvételének helyszíne. A Városkártya Központ alkalmazottainak kiválasztása és felkészítése az iroda kialakítását követően történik. Az ügyfélszolgálati irodában dolgozók a városkártya rendszer működéséről széles körű, naprakész információval rendelkeznek, így a Belépési Nyilatkozatok kezelése és a pontbeváltás mellett bármilyen kérdés esetén a lakosság és a partnerek rendelkezésére állnak.

### **Partner promóciós anyag, szerződéscsomag elkészítése**

A városkártya rendszer működésének elengedhetetlen részét képezik a kártyaelfogadó helyek, épp ezért nagyon fontos, hogy a városban működő vállalkozások megfelelő tájékoztatást kapjanak a Városkártya nyújtotta lehetőségekről. Ezt szem előtt tartva kell elkészíteni a partnereknek szóló egzakt, lényegre törő tájékoztató anyagot a rendszerhez történő csatlakozás feltételeiről. A promóciós anyagban ki kell emelni a rendszer vállalkozások számára vonzó elemeit, illetve tájékoztatást kapnak a csatlakozással járó kötelezettségekről és költségekről is. A partner promóciós anyaggal egy időben készülnek el a partnerszervezés megkezdéséhez szükséges, a jogszabályi feltételeknek mindenben megfelelő szerződésminták.

### **Partnertoborzás, oktatás**

A partnerszervezésre leginkább alkalmas, jól képzett, kommunikatív személyek kiválasztását követően veszi kezdetét a városban működő vállalkozások, cégek felkeresése. A megkeresések alkalmával minden partner személyes tájékoztatást kap a csatlakozás lehetőségéről, végül pedig a rendszerhez csatlakozni kívánó partnerekkel megtörténik az Együttműködési Szerződés megkötése. A rendszerhez csatlakozott pontfelíró-partnereink részére oktató anyag készül, melynek segítségével minden esetben zökkenőmentesen történhet majd a hűségpontok felírása.

Az ügyfél-, illetve partnerkör kialakítását követően a rendszer gyakorlati működésének feltételei adottak, így kezdetét veheti a vásárlások utáni hűségpontok gyűjtése.

Az a gyakorlat, mely szerint az Önkormányzat működteti a városkártyát, nem a legoptimálisabb megoldás. A működtetés szabályozása az Önkormányzat oldaláról nehézkes, a nyújtandó szolgáltatások, elszámolási feladatok üzleti menedzselése pedig szinte lehetetlen.

(Az önkormányzati struktúra sem vállalkozási feladatok, sem kockázatviselésre nem alkalmas.)

Budaörs Város Önkormányzata esetében a Városkártya rendszer üzemeltetésére (szakmai szempontból) a Városmarketing Kft. lenne a legalkalmasabb, hiszen témájában ehhez a Kft-hez passzol leginkább. A Városkártya rendszer kiépítéséhez és működéséhez szükséges informatikai, adminisztratív és jogi háttérrel külső megbízással kell kialakítani.



*Városkártya divízió kapcsolata a lakossággal:*

- A lakosok az e célra szolgáló sablonszerződés (belépési nyilatkozat) kitöltése és aláírása révén szerződéses kapcsolatba kerülnek a Városkártya divízióval, amely kezeli és nyilvántartja a belépési nyilatkozatban szereplő adatokat és biztosítja a szerződésben (szabályzatban) vállalt szolgáltatásokat.

*Városkártya divízió kapcsolata kereskedelmi és szolgáltató partnerekkel:*

- A Városkártya divízió szerződést köt a kereskedelmi és szolgáltató partnerekkel
- Információval és IT szolgáltatásokkal látja el a partnereket
- Elszámol a partnerekkel
- Ellátja a partnerek promóciójához szükséges helyi marketing tevékenységet
- Támogatja a partnerek rendszerrel kapcsolatos promócióját

*Városmarketing Kft. kapcsolata a támogatókkal (reklámozókkal):*

- Az internetes felületeken, promóciós anyagokon és elsősorban a kártyák hátlapján reklám ellenében a támogatók részben vagy egészben finanszírozzák a szolgáltatásokat és kártyák kibocsátását

## **IX. Az intelligens városkártya javasolt funkcióinak összefoglalása:**

- Városi szolgáltatások kedvezményrendszere (folyamatos kedvezmények/egyedi akciók);
- Kereskedelmi kedvezmények (piaci szolgáltatók kedvezményei);
- Parkolási funkció (zárt és köztéri parkolás lehetősége);
- Helyi közösségi közlekedés bekapcsolása (kedvezmények kezelésétől jegybérleti funkcióig);
- Fizikai és logikai beléptető rendszerekhez kapcsolódás lehetősége (munkahelyi, iskolai, könyvtárhasználat);
- Gépjármű beléptetés lehetősége (esetlegesen egy későbbi P+R parkolóba);
- Egyedi marketing és törzsvásárlói rendszerek kiépítése;
- Elektronikus pénztárca funkció;
- Szolgáltatói automatizálások;
- Pontgyűjtési és egyéb kártyabirtokos személyhez kötött kedvezményrendszerek kezelése;
- Szabad memória terület adattárolás céljára;
- Speciális hűségkártya, Loyalty rendszer;
- Portál-rendszer;
- Folyószámla kezelés (Lehetőség van arra, hogy a kártyabirtokosokhoz folyószámlát rendeljünk, ezzel a kártya fizetőeszközként is funkcionál.);
- Diákkártya, Nyugdíjas kártya;
- Egyéb hűségkártya program;
- Önkormányzati ügyintézés integrálása;
- Egészségügyi rendszerek integrálása;
- Oktatási funkciók integrálása;
- Beléptetési funkciók integrálása.

## **X. Várható eredmények**

- A város megítélését pozitív irányba befolyásolja a bevezetendő kártya;
- Növeli a helyi szolgáltatások iránti keresletet;
- Erős és hatékony városmarketing eszközként, országos és nemzetközi szinten is megjelenhet;
- Az elfogadóhelyi partnerhálózat – a felmerülő használói igényekre, javaslatokra épített – folyamatos bővítése révén a kártya a fogyasztásélénkítés, így a helyi gazdaságélénkítés egyik eszközévé válhat;
- Elősegítheti a lokálpatriotizmus, a város szeretete, a helyi identitástudat erősítését;
- Kedvezmények formájában azonnali megtakarításokat eredményez, így a közlekedés, kultúra, sport, ruházkodás, étkezés, egyéb kereskedelmi vásárlások és szolgáltatások igénybevétele válhat olcsóbbá a városban élő kártyatulajdonosok számára;
- A városban lakó valamennyi polgár, fiatal, idős, családos vagy egyedül élő egyaránt megtalálja a számára értékes és vonzó szolgáltatásokat a kedvezmények között.



## XI. Kommunikáció és Marketingszköz

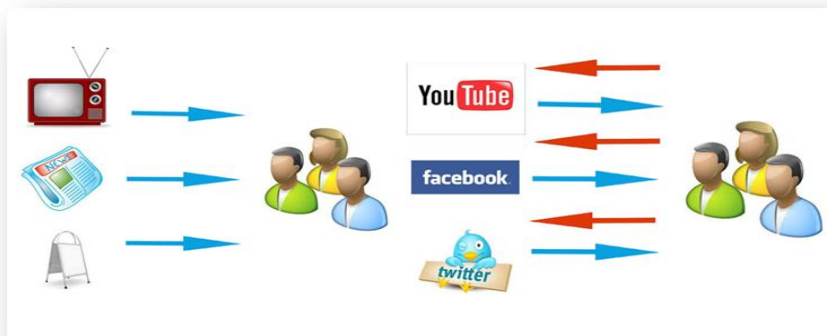
A kártyahátlap értékesítése, az ajándékkatalógus reklámfelületei, a portálon elhelyezhető bannerek, direkt marketing eszközök, továbbá a tranzakciós díjak folyamatos bevételi forrást jelentenek. A Városkártya rendszer kialakításával párhuzamosan egy olyan marketingcsatorna is kiépítésre kerül, amely akár több ezer ember elérésére is alkalmas, továbbá promóciók, aktualitások kommunikációjára, valamint piackutatásra egyaránt.

Direkt Marketing: A portálon, illetve telefonos ügyfélszolgálaton keresztül lehetőség van Direkt marketingszolgáltatások igénybevételére, amely mind a vállalkozások, mind pedig az önkormányzat számára egyaránt elérhető.

A marketingnek több eleme van, a legfontosabb a jó célmeghatározás, a célcsoportok pontos ismerete, a megfelelő eszközök kiválasztása, a folyamatos értékelés és javítás.

Ilyen szempontból a jelenlegi kampányok egysíkúak. A célmeghatározás túl általános: legyen sok résztvevő. A célcsoportok nincsenek elkülönítve, mindenkinek ugyanazt üzenik, az eszközök használata sem változatos, pár kivételtől eltekintve. Kommunikációs téren nagy a lemaradás. Sok helyen használnák a legújabb megoldásokat is, de a szükséges tudás és szemléletváltás még nincs meg hozzá. Ráadásul a legtöbben későn ébrednek: az internetes megoldások egy részénél nem elég csak a kampány ideje alatt aktívnak lenni, a siker érdekében szükséges a hosszabb felkészülés.

A hagyományos kommunikációs eszközök mellett megjelent a közösségi média, amely elhozta a kétirányú kommunikáció korszakát.



A széles körben és sok pénzből megvalósuló, ismétlődő üzenetközvetítést felváltotta egy humán-centrikus tevékenység, az interakció.

Ez a gyakorlatban online **párbeszéd**ek milliárdjait jelenti, a hét minden napján, a nap 24 órájában.

Mostantól nem passzív szemlélői és olvasói vagyunk az információknak, híreknek. **Mi magunk is kreáljuk a híreket azzal, hogy elmondjuk a közvetlen környezetünkben zajló eseményeket.**

**Önkormányzati szinten** a közösségi médiában rejlő lehetőségek még kiaknázatlanok:

Elsődleges lehetőségek a közösségi média **Önkormányzati** szintű használatára:

- Direktben el lehet érni a lakosokat, nem kell hozzá közvetítő sajtóorgánium (Facebook magyar felhasználóinak száma: 3 millió fő)
- Leggyorsabb, legköltséghatékonyabb elérési mód a lakosság informálására eseményekről, történésekről (az okostelefonok elterjedésével egyre inkább)
- Fiatalokkal történő kapcsolatfelvétel és kapcsolattartás, a szemléletmódjuk alakítása
- Mikrotargeting: földrajzilag, nemre és korosztályra bontva informálhatóak a felhasználók
- A lakosság véleményének megismerése, párbeszéd kezdeményezése
- A média fő információs forrásként használja a közösségi médiát. (Az újságírók közel 70% - a használ valamilyen közösségi hálózatot. A megkérdezett újságírók 91%-a egyetért azzal hogy az új média - és kommunikációs eszközök és technológiák érzékelhető módon gazdagítják az újságírást.)
- Közvélemény kutatásra is használható
- Turizmus fellendítése: rendezvények, programok kommunikálása

Legfontosabb előnyei az online médiának:

**Hatékonyaság** – több millió felhasználó elérése biztosított;

**Költséghatékonyaság** – töredéke a hagyományos médiafelületek áraihoz képest;

**Folyamatosság** – állandó hírekkel, programokkal, eseményekkel és szolgáltatásokkal értékes és érdekes tartalmat kínál, így a felhasználók követőkké válnak;

**Interaktivitás** – a felhasználók aktív szereplővé válnak;

**Stabilitás** – a folyamatos, interaktív tartalmakkal stabil rajongótábor alakul ki;

**Dinamizmus** – a hagyományos médiaelemekkel szemben lehetőség nyílik azonnal reagálni az emberek véleményére;

**Élményteremtés** – kreativitással és őszinte, közvetlen kommunikációval élményt teremt;

**Nemzetköziség** – a hírek a közösségi médiafelületeken keresztül Magyarország határain túlra is eljutnak;

A jövő nem a nagy tömegeket egyszerre célzó országos kiadványoké, hanem a helyi médiáé. A helyi dolgokról nem a budapesti szerkesztőségekben ülő újságírók, a megyei tudósítók, hanem az ott élő emberek tudnak a legtöbbet.

A helyi média elsősorban a helyi közönséget veszi célba, de léteznek olyan információk, amik érdekesek lehetnek a szélesebb közönség számára is. Szükség van tehát egy helyi "faliújságra", ahová mindenki kitűzheti üzeneteit.

Egy olyan új kommunikációs rendszert kívánunk kialakítani, amellyel az eddig használt médiáktól eltérő hatékonysággal érhető el a lakosság. A Budaörs kártya és így Budaörs hivatalos Facebook oldalt kap, amelyen keresztül saját üzeneteket juttatunk el a lakosság mellett akár az országban élő több százezer emberhez. A Facebookon publikált üzenetekre érkezett visszajelzéseket mérjük és kiértékeljük.

A munkafolyamatok előkészítése során, a kapott arculati elemek és a megbeszélések alapján előzetes kreatívokat, terveket készítünk, amelyeket közösen, a célokat figyelembe véve pontosítunk.

Minden esetben az egyszerű, könnyű használhatóságra és információátadásra, illetve a felhasználóbarát működésre kell alapozni a megoldásainkat. Az ergonómiai tervezés az egyik legfontosabb eleme a sikeres, jól átlátható felületeknek.

A fejlesztések és a stratégia elkészülése után, meg kell kezdeni a kommunikációt és az intenzív toborzást. A kampánytervnek megfelelően tematikusan, időszakokra lebontva kell kommunikálni az egyes témákat. A felhasználókkal interaktív viszonyt tartva párbeszédet kell kezdeményezni, kezelni kell a hozzászólásokat, érdemi válaszokat adni az egyes felvetésekre, kérdésekre.

Rendkívül fontosak a mérhetőségen alapuló elemzések. A postokat, kommenteket mérni és elemezni kell.

**A munkafolyamat, a hivatalos közösségi média megjelenés kidolgozása, megvalósítása az alábbiak szerint zajlik:**

### **1. Kapcsolatfelvétel**

- Munkafolyamatok kialakítása: ebben a szakaszban a munkafolyamatok alapjainak lefektetése történik, főként az információ áramlás módjainak meghatározására és kiépítésére fókuszálva.

### **2. Média stratégia kidolgozása**

- A célok ismeretében az irányelvek meghatározása  
A feladat létrehozni a közösségi média-felületet, stratégiát kidolgozni reaktív kommunikációra és egyedi, releváns tartalommal vonzóvá tenni az oldalt a nagyközönség számára (márkaépítés).
- Kommunikáció és tartalom stílusának meghatározása: folyamatosan olyan tartalmakat kell gyártani az oldalra, amelyek érdekesek és párbeszédre ösztönzőek.

### **3. Média megjelenés kivitelezése**

Cél egy weboldal funkcióit ellátó, de interaktivitásában annál jóval többet nyújtó oldal létrehozása a Facebookon.

- Egyedi Facebook oldal létrehozása: Budaörs kártya arculati elemeit felhasználva felhasználóbarát megjelenés kialakítása, a grafikai munkákat is magában foglalva. Vidám, letisztult, jó érzést keltő, átlátható megjelenés megvalósítása.
- Az oldal feltöltése tartalommal: a hosszú távú stratégiában meghatározott irányelvek szerint. Könnyen emészthető, érdekes, figyelemfelkeltő, az aktualitásokat szem előtt tartó témák kezelésével, amely a rajongók létszámának növekedésén túl segíti a rajongói hűség elérését is.
- Egyedi fülek létrehozása a következők szerint: bemutatkozás, események, képek, videók és egyéb média anyagok megjelenítése stb.

- Online ügyfélszolgálati fül létrehozása, ahol a felhasználók kérdéseikre választ kaphatnak és kapcsolatba léphetnek az Önkormányzattal.
- Külön fület készítünk, ahonnan Budaörs hivatalos weboldalára irányíthatjuk a felhasználókat.
- Igény szerint Twitter, Youtube profil létrehozása és kezelése.

#### **4. Követők gyűjtése, toborzása**

- Követők gyűjtési módszereinek kidolgozása, a meglévő marketing csatornák bevonásával is. (hírlevél, tájékoztató a hivatalokban, a hivatalos weboldal bevonása a promócióba, ügyfélszolgálatokon történő megjelenések generálása poszteres vagy szórólapos formában, rendelkezésre álló egyéb médiafelületek bevonása.)

#### **5. A média felületek adminisztrátori feladatainak ellátása**

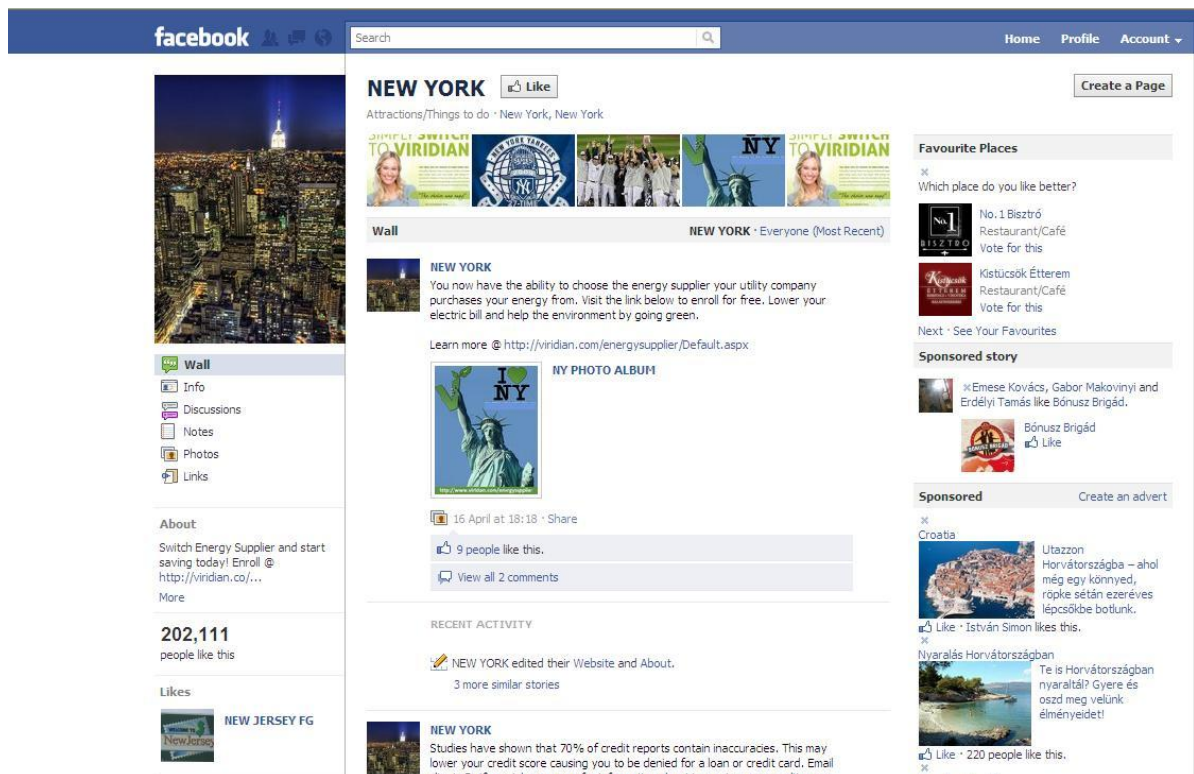
- Promóciós anyagok közzététele, pl.: képek, hírek, videók.
- Párbeszédke kezdeményezése a fent leírtak szerint.
- Kérdések megválaszolása: a felhasználói kérdésekre adott gyors és kielégítő válasz elégedettségnövelő hatású.
- Spam üzenetek törlése
- Moderálás

#### **6. Elemzések, jelentések készítése**

- Eredmények mérése, elemzés, időszakos beszámolók készítése
- Követők aktivitásának, összetételének elemzése előre meghatározott szempontok alapján
- Javaslatétel a kinyert információk ismeretében

### **Rajongói oldal**

Alkalmas közösségépítésre, párbeszédke kialakítására, döntések, hírek, események lakosság által történő véleményezésére. Egyfajta interaktív ügyfélszolgálat, ami reklámeszköz is egyben. Óriási előnye az, hogy azonnal elérhetjük a követőinket, illetve gyors visszacsatolást eredményez. Hírlevéllel szembeni előnye, hogy a saját Facebook hírfolyamát szinte minden ember figyeli és a bejegyzésünket mindenképpen látja, míg a hírlevelet nem minden esetben nyitja meg.



A követők számának növelése:

- Offline promóció
- Print alapú hirdetések
- A „lajkolók” között állandó nyeremények sorsolása
- Érdekes és friss hírek közzététele (A jó Facebook oldal érdekes és izgalmas)

A Facebook oldal arculata fiatalos, könnyed hangvételű és közvetlen kell, hogy legyen.

Példa rajongói oldal: <http://www.facebook.com/pages/Aquaworld-Budapest-Ramada-Resort/159314027740>

## Események

A Facebook lehetőséget kínál események indítására. Egy eseményre egy gombnyomással meghívhatjuk követőinket, valamint a hírfolyamon keresztül is tájékoztathatjuk arról őket.

facebook

Search

Home Profile Account

Sziget Festival 2011

Share · Public event

Time

08 August at 10:00 - 15 August at 12:00

Location

Budapest, Hungary

Created by:

Sziget Festival Official

More info

Sziget Festival @ (8-9)-10-15 August 2011, Budapest, Hungary

9 august: PRINCE

THE PRODIGY | KASABIAN | PULP | THIRTY SECONDS TO MARS | INTERPOL | THE NATIONAL | WHITE LIES | KAISER CHIEFS | JUDAS PRIEST | MOTORHEAD | MANIC STREET PREACHERS | GOOD CHARLOTTE | DEPTONES | WITHIN TEMPTATION | LOSTPROPHETS | KID CUDI | EMPIRE OF THE SUN | KATE NASH | PETER BJORN AND JOHN | THE MACCABEES | LA ROUX | CHEMICAL BROTHERS | CRYSTAL CASTLES | GOTAN PROJECT | DIZZEE RASCAL | MARINA AND THE DIAMONDS | HURTS | RISE AGAINST | DUBFIRE | ZMANYDJS | THE BLOODY BEETROOTS DEATH CREW 77 | RICHIE HAWTIN | HADOUKENI | TRENTMOLLER | SKUNK ANANSIE | BOMB THE BASS | BRITISH SEA POWER | AFROCLUBISM | ELIADES OCHOA | FLOGGING MOLLY | GOGOL BORDELLO | SONATA ARCTICA | TRIGGERFINGER | GORAN BREGOVIC WEDDING AND FUNERAL BAND | LES HURLEMENTS D'LEO | DEBOUT SUR LE ZINC | OJOS DE BRUJO...

Online ticket and further information:

<http://www.szigetfestival.com/>

<http://sziget.hu/fesztival>

18,403 attending

See all

Bacsó Gyula

Molnar Gyuri

Kovács Anita

Anna Horváth

Valentina Cerasuolo

Dániel Földvéri

Renáta Endrődi

Aranka Gondán

5,107 maybe attending

View

Wall

Csosz Csaba

NEW !!!!

GAME

FACEBOOK

:D :D :D :D :D :D :D :D :D :D

I'm attending Maybe No

Friends' events

See all

Való Világ 5 első adás

27 August, 19:30-22:30

RSVP: Yes · No · Maybe

Filvő 18. Születnapja :\$ :P

04 September at 00:00 until 05 September at 05:00

RSVP: Yes · No · Maybe

Sponsored

Create an advert

Bookline webáruház

Outlet

akár 80-90% kedvezmény

könyvre, zenére, filmre,

játékra és drogéria

termékeinkre.

Like · Zsuzsanna Kovács likes this.

Make 14000+ Ft per Night!

airbnb.com

Make 14000+ Ft per night by renting your place to travelers. Join Airbnb FREE!

Férfi Nike póló, 9640 Ft.

outletexpert.hu

Barna férfi Nike póló 9640 Ft. Korlátozott kínálat amíg a készlet tart. Ne habozz és rendelj!

Az esemény mindenki számára látható (nem csak a követőinknek) és bárki jelezheti részvételét. Ha valaki részt vesz eseményen, akkor az ismerősei azt láthatják a közös hírfolyamban (*word-to-mouth*), továbbá bárki meghívhatja egy gombnyomással az ismerőseit az eseményre.

Példa: <http://www.facebook.com/event.php?eid=134451379945640&index=1>

## Fizetett hirdetések

A Facebook oldalsávjában fizetett hirdetésekhez lehet helyet vásárolni. Lehetőség van kattintás alapú és megjelenés alapú hirdetésre. Ennek díjszabása a Google Ads-hez hasonló. A Facebook rendszere lehetőséget biztosít targetálásra, azaz különböző beállítások segítségével „belőhetjük” a hirdetésünk célcsoportját (pl. kor, nem, érdeklődés stb.).

A következő képen pirossal megjelölve található egy Facebook hirdetés példaként.

Oldal: 54 / 58



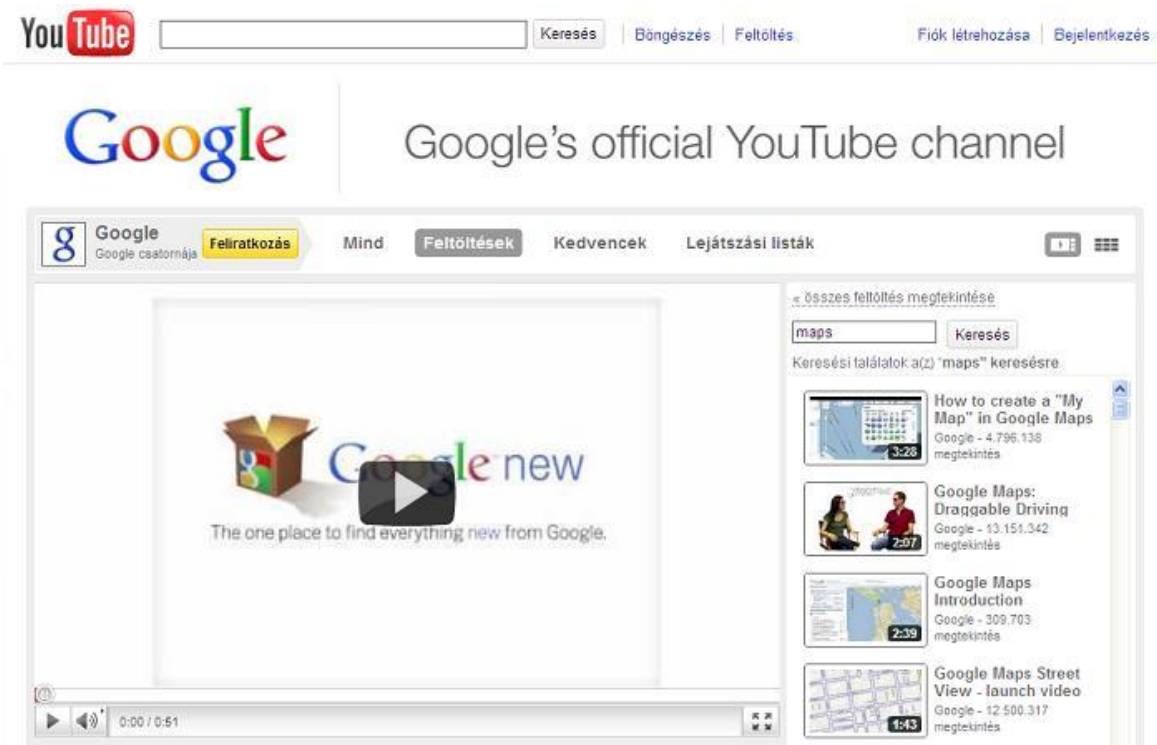
## Youtube:

A rengeteg videó megosztó oldal közül a következők szólnak a Youtube mellett:

- Világszinten **piacvezető** a szegmensben
- Napi **2 milliárd** oldalátöltés
- Egy átlagos internetező **napi 15 percet** tölt a Youtube-on
- Nemzetközi szinten is látogatják, míg a magyar videó megosztókra ez nem jellemző.

Az oldalra történő regisztráció során saját videókat tölthetünk fel. Ezek szinte minden közösségi oldalon egy gombnyomással megoszthatóak. A videókhoz kommentárt lehet fűzni, amelyek alapján visszacsatolást szerezhetünk a célcsoportunkból. Lehetőséget nyújt az eseményekről készült videók feltöltésére, megosztására. Csatornánkhoz továbbá Budaörs bemutatkozó videóit is hozzáadhatjuk.





### Összefoglalás:

A folyamat eredményeként egy modern megjelenésű közösségi oldal jön létre releváns, aktív és folyamatosan növekvő rajongótáborral.

A Budaörsi Városkártya hivatalos facebook oldalának kialakításával egy olyan marketingcsatornát építünk ki, amely akár több ezer ember azonnali elérését teszi lehetővé, alkalmas rendezvények, aktualitások kommunikációjára, valamint piackutatásra egyaránt.

## **XII. A bevezetés javasolt műszaki tartalma**

- 1) Elektronikusan és optikailag megszemélyesített, méretében és megjelenésében bankkártya jellegű, mindkét oldalán grafikai elemeket tartalmazó plasztikkártya, amelyet a kapcsolódó azonosítóival a kártyatulajdonos szintén megszemélyesített levélben kap meg. A kártyának elvárható mértékű gondossággal történő szokványos használat mellett további kiegészítők felszerelése nélkül alkalmasnak kell lennie 3 év folyamatos használatra. A városkártya rendszernek tartalmaznia kell megoldást az igényelt városkártya azonnali használatára: a kártya legyártásának és ügyfélhez való kijuttatásának idejére ideiglenes, helyettesítő kártya használata szükséges, akár korlátozott funkcionalitással.
- 2) A városkártya rendszerhez való csatlakozáshoz szükséges adatlap és jogi nyilatkozatok összessége. A városkártya rendszerhez való csatlakozáshoz az ügyfélnek megfelelően megszerkesztett, előnyomott űrlapot kell kitöltenie, amely kitöltés után tartalmazza az ügyfél adatait, a kártyarendszerrel és adatainak kezeléséhez szükséges nyilatkozatokat, amelyet az ügyfél aláírásával hitelesít.
- 3) A városkártya rendszer a kiadott kártyák és a kártyákhoz kapcsolódó adatok nyilvántartására számítógépes rendszert alkalmazzon. A számítógépes rendszer elemei:



- a) Szükséges hálózati és hardverelemek. A rendszernek alkalmasnak kell lennie adatainak egy központi kiszolgálón való tárolására és azok több helyről történő egyidejű hálózati elérésére.
  - b) Rendszerszoftverek. Az alkalmazott rendszerszoftvereknek tekintetében nincs megkötés, mind kereskedelmi, mint nyílt szabad szoftverek alkalmazhatóak.
  - c) Felhasználói szoftver. A felhasználói szoftver technológiájának tekintetében nincs megkötés, minden jelenleg használatos technológiával fejlesztett szoftver alkalmazható.
- 4) A városkártya szoftver funkcionalitása. A kiépítendő városkártya rendszer felhasználói szoftverének az alábbi funkciókat kell tartalmaznia:
- a) Differenciált, szerepkörök szerinti jogosultságkezelés. A kiépítendő városkártya rendszerben a rendszer használói és üzemeltetői különböző jogosultságokkal különböző funkciókhoz férhetnek hozzá, ezeket a hozzáféréseket a rendszernek naplóznia kell.
  - b) Differenciált, szerepkörök szerinti dokumentumok és internetes tartalmak kezelése. A kiépítendő városkártya rendszerben a rendszer használói szerepkörük szerint különböző dokumentumokhoz és tartalmakhoz férhetnek hozzá. Ezeknek a szerepkörök szerinti különböző tartalmak kezelését tartalomkezelő szoftver modul (CMS) segítse.
  - c) Hűség és kedvezménykártya funkciók. A kiépítendő városkártya rendszernek hűség és kedvezménykártya funkciókat kell tartalmaznia. Ezek az alábbiak:
    - i) A kártya segítségével a szerződött szolgáltatóknál egyedi és/vagy csoportos azonnali és/vagy halasztott kedvezmény nyilvántartása és kezelése.
    - ii) Az adott egyedi és/vagy csoportos azonnali és/vagy halasztott kedvezmény mértékét, annak paramétereit (dátum, idő, stb.) a rendszerbe a felhasználói szoftver felületén keresztül, call centeren keresztül, illetve a felhasználói szoftver által kínált integrációs felületen keresztül kell rögzíteni.
    - iii) A rendszernek nyilván kell tartania a kártyatulajdonos számára adott kedvezményekből képzett egyenlegeit, a kedvezmények számításának módját szerződött szolgáltatóként.
    - iv) A kártyatulajdonosnak, azonosítás után le kell tudni kérdeznie a kapott kedvezményeit a felhasználói szoftver felületén keresztül, call centeren keresztül.
    - v) A kártyatulajdonosnak a kapott kedvezménynek megfelelő értékű termékekhez, vagy szolgáltatásokhoz kell tudni a hozzájutnia a rendszer által dokumentált módon egy központilag karbantartott termék és szolgáltatáslista segítségével. Ezt a szolgáltatáslistát elérhetővé kell tenni a kártyatulajdonosok számára a felhasználói szoftver és a call center segítségével.
    - vi) További bővíthető funkciókat is kell tudnia kezelni
  - d) A kiépítendő városkártya rendszernek beépített csatornákat kell tartalmaznia a kártyatulajdonosok közvetlen eléréséhez az ezzel kapcsolatos törvényi szabályozásnak megfelelően postai levél, elektronikus levél, SMS és a call centeren keresztül történő telefonhívás formájában.
  - e) Integrációs API más, jelenleg használt számítógépes rendszerekhez. A kiépítendő városkártya rendszernek tartalmaznia kell integrációs felületeket más, jelenleg is használt felhasználói szoftverekhez. Például amennyiben egy jelenleg használt informatikai rendszerben személyi azonosítóként a városkártya rendszerben használt kártyát kívánják használni, akkor a jelenleg használt informatikai rendszer felé kommunikációs felületet kell biztosítani az azonosítási funkciókhoz a városkártya rendszerből, Kiemelten fontosak az integráció tekintetében az alábbi területek:
    - i) parkolási rendszerek

- ii) beléptető rendszerek
  - iii) szociális rendszerek
  - iv) egészségügyi rendszerek
  - v) oktatási rendszerekhez
  - vi) önkormányzati kifizetéseket kezelő rendszerek
  - vii) önkormányzat által tulajdonolt egyéb lakossági szolgáltatók rendszerei
- 5) Azon kártyatulajdonosok számára, akik nem rendelkeznek internetes eléréssel, vagy a kezeléshez szükséges képességekkel, a városkártya rendszernek biztosítani kell telefonon elérhető call center funkciókat. Ez legalább hétköznapi munkaidőben történő automata menüvel és kezelővel történő működést jelent, ezen kívüli időpontokban üzenetrögzítő működése szükséges. A hívásokat minden esetben elektronikus módon rögzíteni kell, a hívásokról ún. call center logot kell vezetnie a városkártya rendszernek. A call centernek az alábbi funkciókat kell szolgáltatnia:
- a) egyenlegek lekérdezése
  - b) kártya letiltása, újraigénylése
  - c) szolgáltatásokról információk kérése
  - d) szolgáltatások telefonos megrendelése
  - e) egyéb felvilágosítás
  - f) kimenő hívások kezelése
- 6) A városkártya rendszer kialakítása és bevezetése az alábbi feladatok maradéktalan elvégzését foglalja magában:
1. legyártásra kerül a 10.000 db Budaörsi dizájnnal ellátott kártya
  2. legyártásra kerül a 10.000 db belépési nyilatkozat
  3. megtörténik az előkészület a kitöltött belépési nyilatkozatok fogadására, az így megkapott személyi adatokkal a 10.000 db kártya megszemélyesítésére, a hordozó direkt marketing levelek kinyomtatására, ezek borítékolására
  4. elkészül a városkártya alrendszer alapját jelentő portálrendszer Budaörsi dizájnnal, a portálrendszer telepítve és konfigurálva van a technológiai üzemeltető központi szerverein és elérhető az ehhez dedikált domain név alatt
  5. elérhető és hívható a városkártya rendszer call-centere
  6. működik a rendszert üzemeltető Városkártya divízió.
  7. elkészülnek a Városmarketing Kft. és a leendő loyalty partnerek között kötendő szerződések