

Pianificazione delle campagne 2026 per le stazioni.

FFS Marketing immobiliare stazioni
Giugno 2026



Pianificazione delle campagne 2026.

Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno
		Campagna ombrello 1 ^a ondata Notorietà dell'offerta / Attrattività	Campagna ombrello 1 ^a ondata Notorietà dell'offerta / Attrattività		Campagna ombrello 2 ^a ondata Notorietà dell'offerta / Attrattività
Social media (Bailea FFS, Berna, Ginevra Cornavin, Lucerna)					
Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
	Pianoforte in stazione	Pianoforte in stazione	Campagna ombrello 3 ^a ondata Notorietà dell'offerta / Attrattività Pianoforte in stazione	Campagna ombrello 3 ^a ondata Notorietà dell'offerta / Attrattività Pianoforte in stazione	Pianoforte in stazione
*Social media (Basilea FFS, Berna, Ginevra Cornavin, Lucerna)					

Da gennaio a giugno misure di marketing dal budget del fondo marketing

Da luglio a dicembre misure di marketing finanziate da SBB

*I locatari inviano il contenuto messo a disposizione



Campagna FFS immobili 2026.

Soggetti della campagna.

Das ist Shopping im Bahnhof.

Alles bequem auf dem Weg erledigen und
mehr Zeit für die wichtigen Dinge haben.
sbb.ch/shopping



Das ist Shopping im Bahnhof.

Alles bequem auf dem Weg erledigen und
mehr Zeit für die wichtigen Dinge haben.
sbb.ch/shopping






↔ SBB CFF FFS

Das ist Shopping im Bahnhof.

Alles bequem auf dem Weg erledigen und
mehr Zeit für die wichtigen Dinge haben.
sbb.ch/shopping

 Shopping
im Bahnhof



↔ SBB CFF FFS

Das ist Shopping im Bahnhof.

Alles von Alltagsprodukten bis Zahnarzt
auf dem Weg erledigen und mehr Zeit
für die wichtigen Dinge haben.
sbb.ch/shopping



Shopping
im Bahnhof



Campagna FFS immobili 2026.

Situazione iniziale/Idea	Obiettivo
I soggetti della campagna FFS immobili 2025 verranno riutilizzati nel 2026.	Posizionamento delle stazioni come destinazioni per lo shopping attrattive, rapide e comode. Tutto in un unico luogo.
Periodo/ Luogo	Strumento guida
Marzo/aprile e giugno/luglio (dal budget del fondo marketing) ottobre–novembre (budget FFS)	Offline: manifesti alle fermate di tram/bus, e-board, e-panel, Passenger TV, pubblicità su tram e autobus
Stazioni: Aarau, Basilea FFS, Berna, Biel/Bienne, Fribourg, Ginevra Cornavin, Ginevra Eaux-Vivies, Ginevra Aeroporto, Losanna, Lucerna, Neuchâtel, San Gallo, Winterthur, Oerlikon, Stadelhofen, Zugo Da ottobre ulteriori località opzionali	Online: social media, banner display mobile con geotargeting, influencer marketing



Campagna FFS immobili di influencer marketing 2026.

Obiettivi.

- Ampliamento delle misure di marketing online attraverso l'integrazione degli influencer
- I Creators riprendono il messaggio della campagna e mostrano in modo autentico i vantaggi delle stazioni come destinazioni attrattive, rapide e comode per shopping e ristorazione.
Aperto tutti i giorni – tutto in un unico luogo.

Punti salienti della prima ondata di marzo/aprile.

3.2 Mio.

Impression

2 801 320 Paid
367 997 Organico

5.3 %

Tasso di engagement

Persone che hanno interagito
organicamente





I nostri Creators.

Basilea FFS



@basel_eats

Lucerna



@luzernervibe

Berna



@sophiedettwiler

Ginervra



@wakeaway_



@girlingbasel



@joya.huwylr



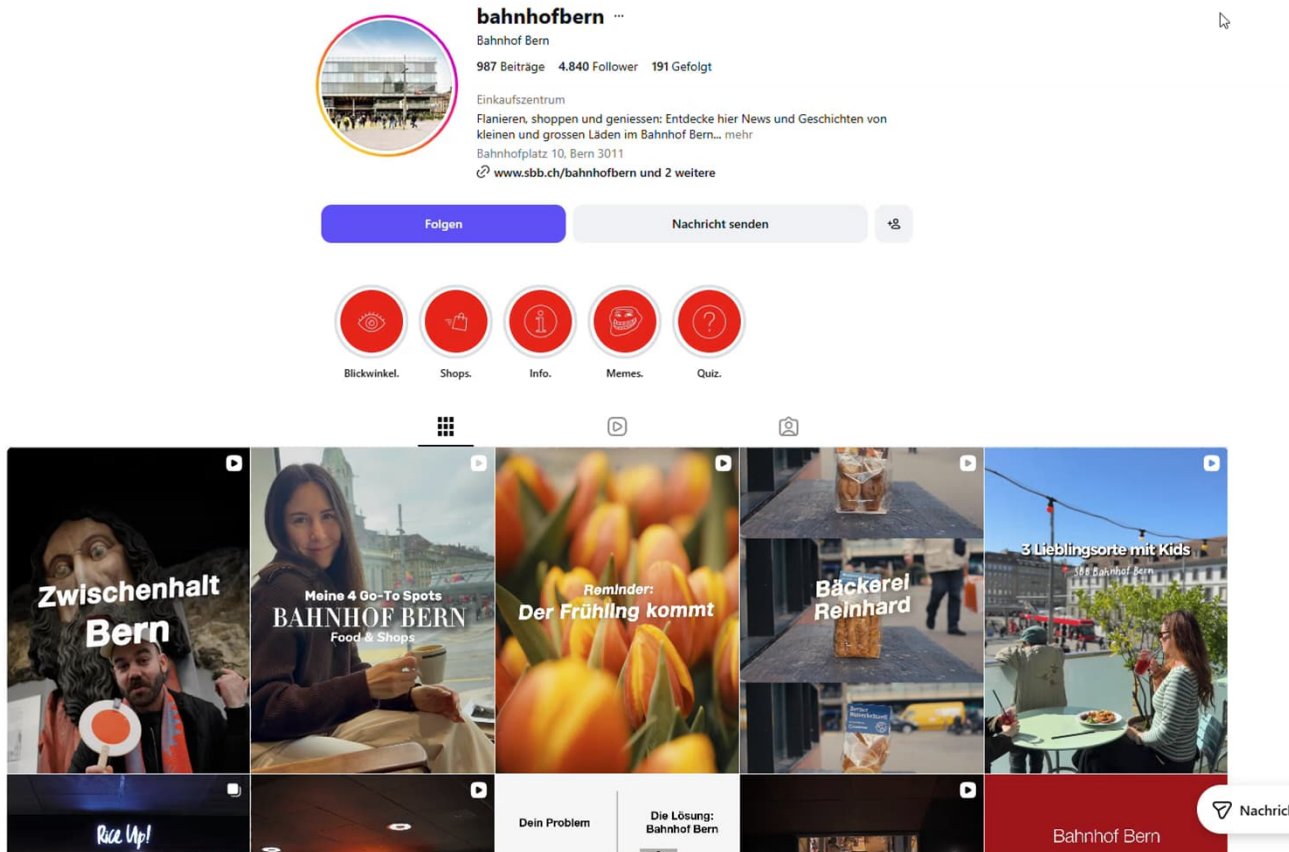
@baernermamis



@madame.caviar



Impressioni degli influencer.



Impatto totale organico.

Impatto Reel

Numero di contributi: 7

Impressioni: 193 930

Copertura: 116 937

Interazioni: 4949

Tasso di engagement sulla copertura:
4.2%

Impatto Story

Numero di slide stories: 27

Impressioni medie: 23 531

Copertura media: 20 394

Interazioni totali: 1 444

Impatto TikTok

Numero di contributi: 1

Impressioni: 9351

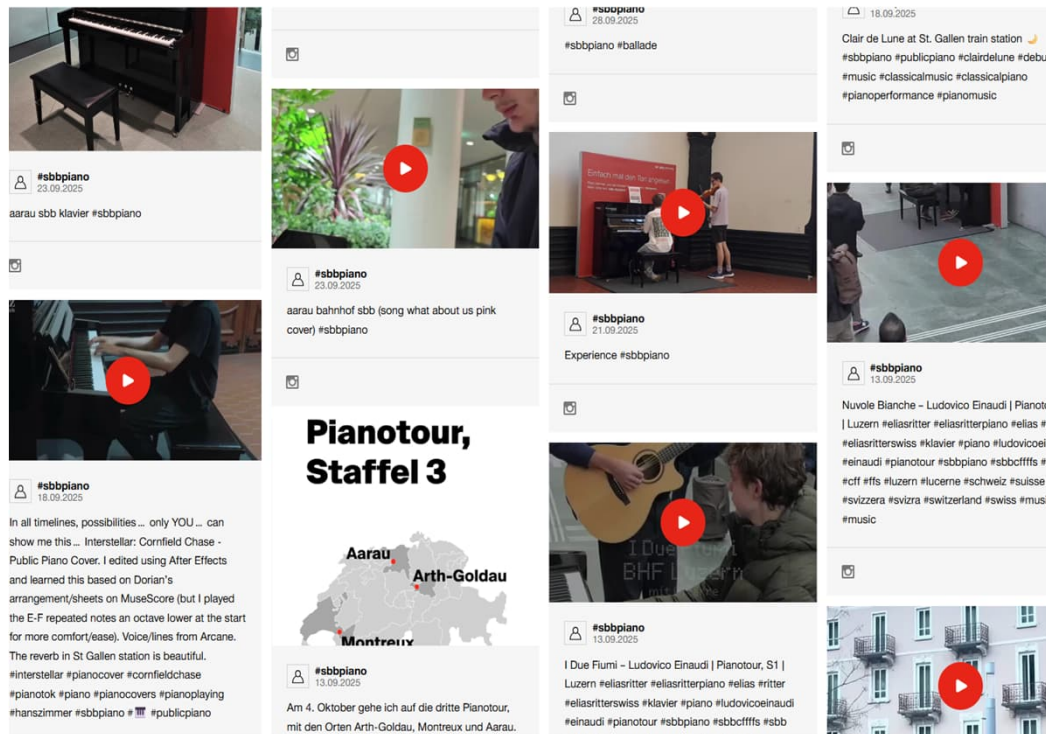
Copertura 2800

Tasso di engagement sulla copertura:
10.6%



Piano on Tour - partecipa e condividi.

Lasciatevi ispirare dai concerti spontanei nelle stazioni. Saremo lieti se anche voi suonerete dal vivo e condividerete un video con l'hashtag #sbbpiano. Se il vostro profilo Social Media è pubblico, il vostro video apparirà qui nel feed.



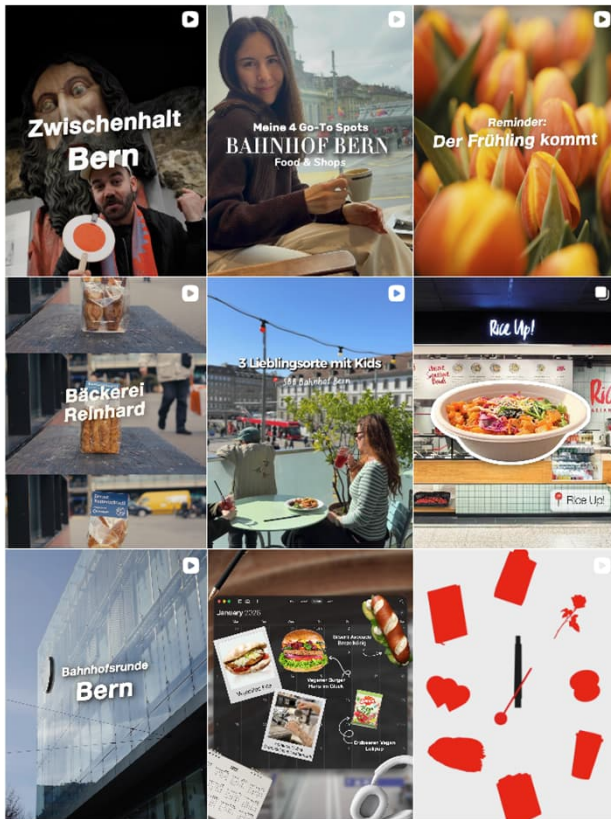


Piano on Tour 2026.

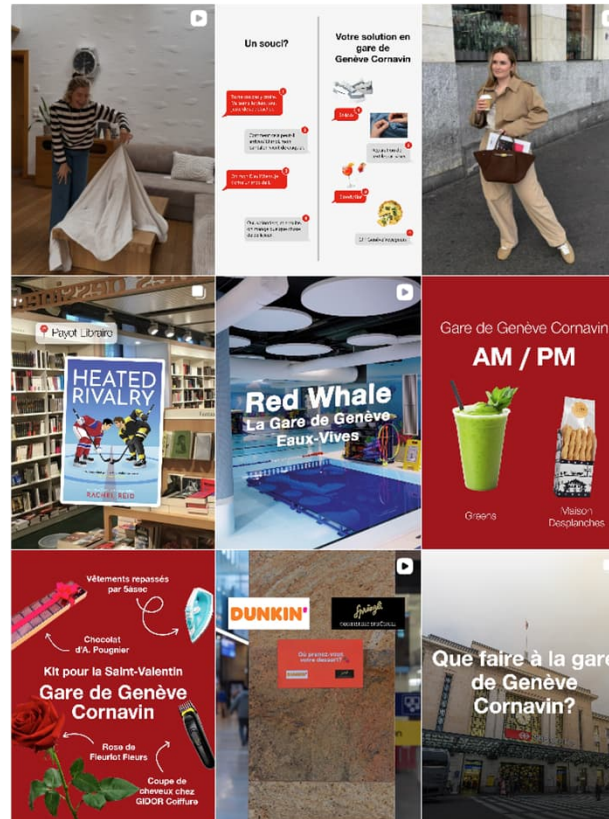
Situazione iniziale/Idea	Obiettivo
<ul style="list-style-type: none">• A causa della popolarità e delle numerose richieste, i pianoforti saranno presenti anche quest'anno in diverse stazioni della Svizzera.• I pianoforti hanno un effetto positivo sull'immagine delle stazioni.• Alcuni video dei passanti che suonano si diffondono viralmente sui social media.	<ul style="list-style-type: none">• Aumento dell'immagine e della soddisfazione dei clienti delle stazioni• Sorpresa per grandi e piccini
Periodo/ Luogo	Strumento guida
3 agosto - 4 gennaio 2027	Pianoforti nelle stazioni
Stazioni: Soletta, Aarau, Basilea FFS, Biel/Bienne, Berna, Olten, San Gallo, Arth-Goldau, Lucerna, Chiasso, Winterthur, Ginevra Eaux-Vives, Martigny, Delémont, Fribourg, Zürich HB, Montreux	Online: sito web www.ffs.ch/pianoforte , social media con geotargeting



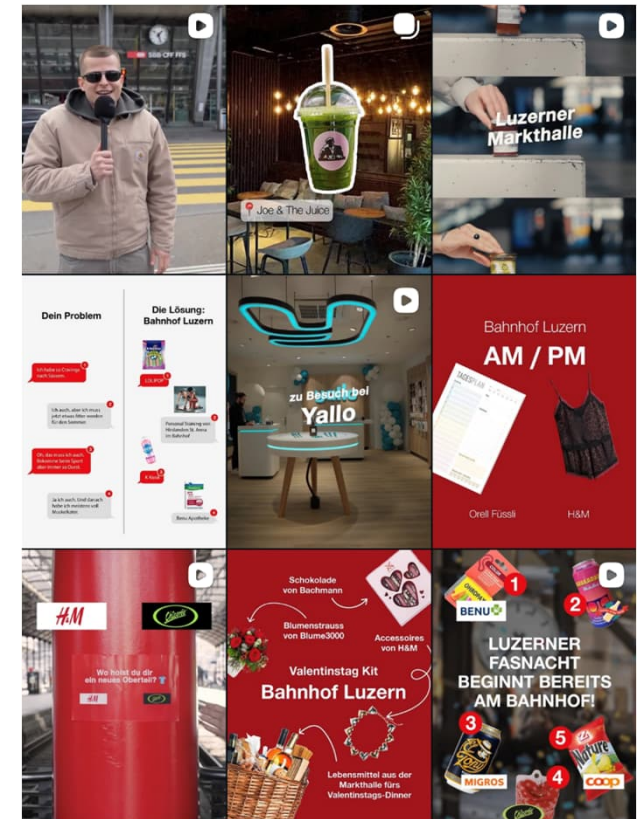
Social Media Stazioni.



Instagram Bahnhof Bern



Instagram Genf Cornavin



Instagram Luzern



Social Media nelle Stazioni.

Situazione iniziale/Idea	Obiettivo
<ul style="list-style-type: none">• Anche nel 2026 i canali delle stazioni continueranno a essere gestiti.• Il riferimento alla stazione come destinazione per lo shopping sarà rafforzato con nuovi contenuti.• Gli inquilini saranno coinvolti come di consueto. I contributi saranno promossi in base agli interessi.	<ul style="list-style-type: none">• Si intende aumentare la frequenza dei visitatori e la durata della permanenza nelle stazioni.• La stazione deve essere percepita e raccomandata come destinazione per la ristorazione e lo shopping.• L'offerta in stazione deve essere comunicata costantemente e resa così più conosciuta.
Periodo/ Luogo	Strumento guida
<p>Gennaio–giugno gestione attiva da parte delle FFS Luglio–dicembre gestione ridotta da parte delle FFS contenuti generati dagli inquilini.</p> <p>Stazioni: Basilea FFS, Berna, Ginevra Cornavin, Lucerna</p>	<p>Profili Facebook e Instagram</p>



Il team Marketing Stazioni dice **Grazie** –
e attende con piacere la futura collaborazione.