



REFERAT MARKEDSFORUM 09.12.2022

TIL STEDE: Silje Andersen – Ruter
Maren Høilund – Innlandstrafikk
Stine Fredriksen – Innlandstrafikk
Camilla Fåvang – Innlandstrafikk
Tina Wold - Innlandstrafikk
Christel Reinertsen - Vestfold og Telemark Fylkeskommune
Anna Sandvik Hauge – Kolumbus
Marit Holen – Fram
Christoffer Flatland Lie - Fram
Roald Morvik – AKT
Merete Træen Raknes – Skyss
Siv Anita Sletten – Brakar
Anne Camilla Maurud - Jernbanedirektoratet
Stein Erik Jensen – Entur
Kristine Marie Børresen – Troms fylkestrafikk
Kjersti Danielsen Nordgård – Brakar – *Delvis*
Terje Mathisen – AKT *Delvis*
Pernille Appel-Hansen – Movia
Marie Dobel – Movia
Sena Bakiral – Movia

SEKRETARIAT: Elisabeth H. Berge (referent) fra Kollektivtrafikkforeningen

STED: Teams

TIDSPUNKT: 09.00 – 11.00

Husk «Kompetanseområde for medlemmer» på nettsiden vår:

<https://kollektivtrafikk.no/kompetanseomrade-for-medlemmer/>

Passord: kollektivkompetanse

VELKOMMEN

Marit Holen, leder Markedsforum, ønsket velkommen.

09.05 – 09.35 PRESENTASJON AV DOTS KUNDESEGMENTER– v/Pernille Appel-Hansen og Marie Dobel, Movia DK

Se presentasjon på Workplace

- DOT: Din offentlige Transport (Partnerskap mellom Movia, DSB og Metroselskapet)



- Segmenteringsanalysen har fokus på potensialet for merreiser og vekst. Befolkning ikke kun eksisterende kunder/reisende.
- Segmentenes størrelse
 - Bilentusiaten – 26%
 - Tidsbilisten 18%
 - Praktikalisten 10%
 - Bylisten 17%
 - Mobilisten 12%
 - Kollektivisten 16%
- Brandingkampanje
 - Budskap – Vi flytter oss sammen. *”Når du tager bussen, toget eller metroen, flytter vi os sammen, styrker fællesskabet og giver bilerne en pause. Alle er velkomne i din og vores allesammens offentlige transport – også selvom du bare har brug for en tur en gang imellem”*
 - Medier: Biograf, YouTube, Facebook, Instagram og Outdoor
 - Mål:
 - Mere positivt omdømme og tale den offentlige transport op
 - Fastholde eksisterende kunder ved at anerkende dem i brugen af offentlig transport og tiltrække nye kunder
- Spørsmål og diskusjon:
 - Planlegger markeds kampanjer i 2023 mot de som reiser en gang iblant for å få dem til å velge kollektivt.
 - Pendlersjekk – finn den beste veien å reise, har du tenkt at det finnes alternativ til å ta bilen? Kampanjen er under utvikling
 - Flere passasjerer benytter pay as you go. Billettinntekten er tbc til 2019 tall pga enkeltbillett bruk.
 - Det yngre segmentet har rabatterte billetter, men en stor økning av yngre tar førerkort.

MØTER I MARKEDSFORUM 2023

- 28.02.2023 - Digitalt
- 23.-24.05.2023 – Lunsj til lunsjmøte, vertskap REIS Nordland
- 14.09.2023 - Digitalt
- 05.12.2023 - Digitalt eller fysisk i Oslo
 - Innkalling i Outlook sendes snarest v/Elisabeth

ERFARINGSUTVEKSLING - RUNDE RUNDT BORDET

AKT

- AKT samarbeid med Midttrafikk og Midt-Jylland om et skandinavisk prosjekt, søkt midler om EU midler.
 - Hvordan jobber vi opp mot næringslivet? Det er her vi må hente vår vekst.



- Ruteomlegging:
 - Motorvei vs der det bor folk. Mandal - Kristiansand
 - Erfaringer fra hvordan arbeide strategisk? Del gjerne!
- Styrevedtak: Arbeide mer med brukerinvolvering, reaktive i prosesser. Høre med interessenter og berørte parter.
- Organisering av Kundesenteret. Behov for å redusere og spisse kompetansen, behov for servicepunkter.
 - AKT Svipp / bestillingstransport imøtekomme markedet. Tester nytt system som vil kreve nye oppgaver for kundesenteret.
- Studenttilbud mellom campus: Mulig innføre stud.rabatt på enkeltbilletten.

ATB – Deltok ikke

BRAKAR

- Julekampanje: Gjenbruks kampanje
- Produktkampanje: Tilpassende produkter. Viser betydningen og fordelene av billettprodukter vi har.
- HentMeg Kongsberg: Veie videre, nytt tilbud sommer 2023. Måle fornøydhet. Mange synes det er lettere å ikke bestille hverdag, men at den kommer av seg selv.
- Autonom buss: Regler Statens vegvesen, styring assistanse fra utland ikke godkjent.
- Info på videregående skoler: Hva synes de egentlig? Faktisk lov å klage.
- Legger ned nettbutikken. Omsetningen i nettbutikken er for lav.
- Innsiktsanalyse v /Opinion
- Skjer det noe med deg, ta kontakt! Merker på bussen

ENTUR

- SJ Nord har som første operatør besluttet å ikke selge billetter gjennom egne kanaler, kun via Entur og VY appen. Gjelder fra 01.03.2023.
 - Takstsamarbeid: Fylkene blir berørt.
 - Entur går fra reiseplanlegging i hele Norge til kjøp av billetter
 - Sikre at kundene ikke blir rammet
- Budsjettkutt. Budsjettet for 2023 er tilsvarende for 2022
- Merkevaretrekkeren: Halvparten av alle nordmenn kjenner til Entur. 500.000 kunder bruker appen.
- Fokuserer videre på OMS (Offentlig Mobilitet Samarbeid) få flere kollektivselskap inn i plattformen vår. Offentlig samarbeid, FRAM og AKT ferdig før 1. februar.
- Østlandet pakke 1. og 2. skilles mellom VY og Flytoget. Dette blir ressurskrevende i 2023.
- Tilrettelegge for tredjepartsprodukter for salg i appen.
 - Mat
 - Konsertbilletter mm.



FRAM

- Nytt produkt: FRAM vaksen, reise fritt i hele fylket m/buss, ferge, hurtigbåt
- Innføring av sykkel som barnetakst etter nyttår
- Reisevilkår: Samferdselsutvalget har godkjent at disse skal brukes når SD godkjenner dem.
- Kampanje om sjåførrekruttering i regi av operatørene
- Nye linjekart for Molde, Kristiansund og Ålesund
- Digitale seniorer, initiativ fra Ålesund kommune. Gjennomgang av appen vår.
- Gratis buss i Ålesund, slutt 22. oktober: I gratisperioden så vi 60% økning under perioden. 15% økning etter gratisperioden. Veldig liten effekt på hurtigbåt.
- Bestillingstransport: overført bestillingstransport inn i nytt teknisksystem og inn i eksisterende kontrakter.
- Generell takstøkning på 4%

INNLANDSTRAFIKK

- Bybusskampanje i alle 5 byene: Budskapet har vært, La bilen stå! I forhold til kø problematikk, parkering, erstatter 40 biler, bli med meg jeg har plass til flere, lei av å skrape bilen?
 - **Se presentasjon av Bybusskampanjen på Workplace**
- Julekampanje: Stand, refleks, sjåfør rom, skysstasjon
- Skibussen: Markedsføres ved annonsering, nettsider, magasiner i regionen.
- Kantar: Årlig befolkningsundersøkelse siden 2020:
 - Reisevaner
 - Transportmiddel
 - Kundetilfredshet
 - Kjennskap: nullpunkt i 2020 11% til 41% 3 år.
 - 10 kroners kampanje: Dekor på bussen, mest effektive flaten for egen kommunikasjon!
- Så bra konseptet, dialog med sjåførene
- Markeds- og handlingsplan 2023:
 - Pris 2023
- Fylkesting: Bevilgning 100 mill, 30+70

KOLUMBUS

- Vi lager julefilm basert på et lyd- og lysstunt montert i en undergang. Takker alle de som lar bilen hvile – sammen med HJH.
- Tips til julekalenderfyll – content. Gjør det utrolig bra. MEN – alle lokale aktører vil med, så vi må være nøye i utvelgelsen for å få det noenlunde representativt.
- Budsjetten ser ut til å bli noenlunde de samme på marked i 2023. Veldig glade for det.
- Spikrer handlings- og markedsplaner. Og vi arbeider med å lage mer målbare mål for arbeidet vårt, basert på den nye handlingsplanen.
- Vi skal satse tyngre på bedriftsmarkedet. Pakketer bedriftstjenestene våre og jobbe aktivt B2B.
- Har fått KULTuropplegget inn i YSK og introkurs hos enkelte operatører. Laget en mer lettbeint rigg som funker i daglig drift. Jobber videre med å sikre tett dialog og samarbeid generelt.



- Ansetter både UX-designer og ny kommunikasjonsrådgiver/some-ansvarlig – veldig spennende i en så liten avdeling. Og får ny kommunikasjonssjef 1. januar.

REIS – NORDLAND – *Deltok ikke*

RUTER:

- Gruppe rabatt: 4 barn per en betalende voksen etter kl. 18.00 på alle dager, prøvetiltak ut 2023. Stimulere til fritidsreiser med kollektivt, samt få barn og unge til å benytte kollektivt.
 - Julekampanje, gjenbruk av Morten Krogvold:
 - Kjærlighet uten grenser
 - Møt hverandre igjen
 - Kampanje på månedskort 15.november til 15.desember. Resultat etter kampanjens første to uker:
 - Økning på 19% i forhold til tidligere mnd.
 - Enkeltbillett salg ble redusert med 3%.
 - Salg i Ruter appen har økt med 65%. Reisekort ned 17%
 - Interessant å se om dette genererer nye brukere!
- Fjellinjen rapporterte nedgang i passeringer i bomringen. Interessant å se videre utvikling. Media har trukket frem kampanjen som mulig årsak til nedgangen.
- 2023: Ruter Reis, skal gjelde Oslo og tidligere Akershus.

SKYSS:

- Bybanen åpnet til en ny bydel (Fyllingsdalen via Haukeland sykehus)
- Kampanje mot Bjørnafjorden/Os: ny motorvei og omlegging av rutetilbudet
- Nye billettautomater med bankkort som reisebevis
- Kampanje mot arbeidsreisende (bedriftsbesøk)
- Barnekampanje høst
- Hva jobber vi med nå?
 - Markedsplan 2023
 - Prisendringer vedtatt av politikere i Vestland
 - Takstfrys til juni
 - 40% rabatt på enkeltbillett student
 - Familierabatt hele uken
- Kampanje arbeidsreisende
- Holdningskampanje «Vær grei» - «Smil det videre»

TROMS FYLKESTRAFIKK

- Stor økning i etterspørsel – ny rekord med 7 mill buss passasjerer i Tromsø
 - Møte økning med bedre frekvens men mangler finansiering
 - Kollaps i forhandlinger for bypakke, antatt stor økning i priser i 2023



- Merkevareprosess: Lav uhulpen kjennskap til merkevaren Troms fylkestrafikk. Jobber med å kartlegge
- Driftssentral i 2023 – Studietur til Skyss og Kolumbus
- Servicekurs inspirert av AtB og Thomas Green,
 - Hei Ja
 - Ansattundersøkelse for alle sjåførere
- Markedsplan 2023
- Kampanjer: Litt gjenbruk på de større tidligere kampanjene. Ny kontrakt med reklamebyrå fra desember
 - Snik: Antisnik
 - Samisk språkuke
 - TogBuss
 - Arbeidsreiser: Opp mot arbeidsgivere for minimering av parkeringsplasser, HjemJobbHjem mm.
- **2023**
 - Bompenger i Tromsø i 2023
 - Omorganisering nytt fylke: Ny seksjon «kundeopplevelser – marked/kundesenter og digitale tjenester(IT)
 - Kampanjer:
 - Nordnorsk stolthetskampanje
 - Ski in ski out –alpinbakken/Skibussen/fjell og løyper - Widget/prisinformasjon reiseplanlegger

VTFK: VKT/FARTE – Deltok ikke på runden rundt bordet

ØKT – Deltok ikke

EVENTUELT:

- Ref. Befolkningsmedvirkning – brukermedvirkning mm. Elisabeth deler presentasjonene vedr. dette fra årets Polis konferanse på epost til alle i Markedsforum. [Mye spennende og interessant her!](#)
- Tema for 2023 og mulige arbeidsseminarer:
 - Arbeidsreiser og hvordan koble og trekke lærdom utfra dette
 - Befolkningsinnvolvering