



REFERAT MOBILITETS- OG MARKEDSKOMITEEN 11.03.2020

Medlemmer: Kjersti Danielsen Nordgård fra Brakar, Grethe Opsal fra ATB, Camilla Berntsen fra Jernbanedirektoratet, Roald Morvik fra AKT/Markedsforum, Christel Reinertsen fra Vestfold og Telemark fk, Hanne Nettum Brevik fra Entur, Kari Steinsland og Svein B. Dahlsgård fra Skyss (skype), Marte Nes fra Ruter (deler av møtet), Stine Fredriksen fra Innlandstrafikk (Skype) og Andrea Muribø fra Snelandia (Skype)

Sekretariat: Olov Grøtting, Kollektivtrafikkforeningen og Reidun Kvitberg Eckhof
Kollektivtrafikkforeningen i sak 1 - 3.

1/20 **Referat fra møtet 27.11.2019**
Vedtak: Referatet ble godkjent.

2/20 **Mennesket i mobiliteten**

ATB

Jobber mye ut mot markedet.

lfm. regionanbudet - omfattende kartlegging. Snakket med mange folk. Innhentet statistikk - brukergrupper fra kommuner etc.

Trondheim – er det etablert fokusgrupper. Opptatt av brukeropplevelser.

Noen bydeler med lav og noen med høy KTI – der går de inn og snakker med kunder.

Mobilitetsplattform - mye dialog direkte med kunder.

Erfaring med fokusgrupper - der det er eksterne inne så blir respondentene mye mer fri enn hvis ATB gjør undersøkelsen.

Noen resultater? Holder på å lage rapport

JERNBANEDIREKTORATET

Kundeundersøkelser. Ønsker å sjekke ut forventninger.

Markedsundersøkelser ut mot de ulike selskapene og styringsorganer - ikke bare kundene. Svært arbeid på gang som er spennende.

Jbdir måles på sømløshet. Kjører kundeundersøkelse - har valgt spesielle områder.

Camilla vil presentere denne undersøkelsen i vårt juni-møte.



Har laget en salg og distribusjonsstrategi som er ferdig. 28 dybdeintervjuer. Den sendes oss, og legges ut på workplace.
Mye interessant man jobber med.
Departementet har ikke en klar strategi på mobilitet på plass enda
Jbdr lager en mobilitetsstrategi, der andre aktører er med. Veidirektoratet v/Kjersti Midttun er med i gruppa. Hanne fra Entur m.fl. En bred gruppe.

AKT, v/Roald Morvik

Kommer til å få mer ansvar i mobiliteten framover.
Gruppe med radikalt kundefokus skal starte opp.
Mantraet er radikalt kundefokus - har ikke vært helt i stand til å følge det godt nok opp så langt. Dette arbeidet er i startgropa. Marked, teknologi, produksjon, ruteplanleggeren, kundesenterbiten, skoleskyss deltar i arbeidet.

Vestfold og Telemark, v/Christel

Har datavarehuset som gir mye informasjon.
Totalt 40 årsverk. Totalt ca. 3 personer på marked.
Er enn så lenge VKT og Farte ut mot kunden. Skal i gang med et prosjekt for å få til en ny merkevare. Skien som er hovedsete for fylkeskommunen, og Vestfold har fylkesmannen.
Kollektivtrafikk er fortsatt i lokalene til VKT ut 2022 og muligens forlenget. I Skien er samferdsel samlet under et tak.

Innspill: Klokkt med felles takstsystem når man skal slå sammen to fylker.

Innspill fra komiteen:

Det hadde vært interessant å følge opp med forskning på utformingen av kollektivselskap – hva som skjer dersom det er direkte underlagt fylkeskommunen eller et eget selskap. Får politikere mer styring gjennom denne formen – der det er en del av fylkeskommunen?

RUTER, v/Marte

Hvordan bli innsiktsdrevet? Kulturendring. Gå fra kundefølge til kundeinnsikt. Et case er å jobbe veldig med å bruke kundebehandlingssystemet til å finne kundeinnsikt.
Det er blitt mer attraktivt å jobbe på kundesenteret, de er veldig populære blant andre.
Prosjekt: Versjon to av å «leve uten egen bil» - 200 gitt fra seg bilnøkklene mot en app på div mobilitet. I indre by - ca. 6 mnd test. Dette er pilotfamilier som bor der det er et godt tilbud.
Ruterprosjekt, men de har fått midler via STOR (midler fra bymiljøetaten, SVV og Ruter). Piloten har nettopp startet. Orienterer gjerne om dette litt senere.
Resultatene kommer nok mot slutten av året.

I Ruter spør folkene - hva er forskjellen på markedsinnsikt eller kundeinnsikt.



Viktig å trekke kundesenteret inn i arbeidet med kundeinnsikt - også veldig motiverende at de som jobber der får en viktigere rolle.

Innspill: ATB bruker kundesenteret mye. Også viktig å gi tilbakemelding til kundesenteret, dersom det er gjort noe med det de melder inn.

ENTUR v/Hanne

De har nå tre jernbaneaktører. De startet salget av billetter i går for SJ. Jobber med spesielle tema som kundene gir tilbakemelding på. Samhandlingstiltak - hva gjør man sammen med jernbaneaktørene (VY, SJ og GoAhead) med disse tilbakemeldingene.

Har ikke trafikk sjøl, men har veldig mye data, og har innsikt. Får ekstremt mye data som kan brukes til mye forskjellig.

F.eks. - hvis det snør mye - hva skjer da ift punktlighet. Bruke data de får til å avvikle trafikk på en bedre måte. Noe av dette sitter på veisiden. Da kan de samarbeide med Vegdirektoratet - hvordan utnytte dette

BRAKAR v/Kjersti

To utviklingsløp.

Mobilitetsstrategi. Mangler helhet og innsikt i hva kunden trenger. Starter denne uka. *Kundefokusprosjekt* internt med kulturendring. Opplever at de kan bli flinkere til å følge opp innspill og meldinger fra kundesenteret. Ønsker en kulturendring - går på å bruke kundene mer til å planlegge tilbudene. Viktig at ruteplanleggeren kommer ut og treffer folk.

Viktig å se på hvordan man kobler sammen mobilitetstilbud med øvrig kollektivtrafikk, og hvilken rolle byvekstavtaler har i dette arbeidet.

SKYSS/KRINGOM v/Svein og Kari

Har nå to merkevarer for kundene i Vestland.

Utredet og skal komme med en anbefaling for en merkevare.

Gjennomført en merkevareundersøkelse i fjor i Skyss, gjøres i Kringom nå.

En driverundersøkelse er i gang nå.

Er en enhet i fylket. Har fokus på mobilitet.

Startet rundt årsskiftet. Skal betjene 6-700.000 mennesker. 15 personer i minus ift det de skal være i organisasjonen. Startet mobilitetsselskapet med litt lite ressurser.

Samarbeid gjennom konkurransen smartere transport i Norge. Møst - smartere mobilitet laboratorium.

Forsøker å lage noe forskningstiltak rundt smart mobilitet. Et nasjonalt dashboard. Det gir dem veldig mye innsikt. Det er mye å hente.



Det andre er et innovasjonslaboratorium. Det er en del av Møst. Leder for styringsgruppen Håkon Rasmussen. Kari sitter i gruppen. Innleid daglig leder som er ansvarlig sammen med Kari. 100 ulike virksomheter som har deltatt i ulike workshops i dette arbeidet. Flere andre har hatt slike bestillingstransporttjenester, men dette er nytt for Skyss. De finner nye utfordringer - mye å lære innen bestillingstransport. Bergen kommune og bysykler - på tur inn i mobilitetstjenestene. Pilot. Velge en region - eller en befolkningsgruppe, der de ønsker at kundene skal leve uten bil, eller klare seg med en bil. Bergen kommune er drivkraften her. Nye typer bestillingstransport. Mye å lære. De har litt lite ressurser. Det er en utfordring også å bruke hverandres ressurser. Men her i møtet har vi så mye nytte av å høre hva andre gjør. 2000 telefoner i mnd på kundesenteret - men veldig mange som bruker digitale tjenester. Hvordan når vi de som kommuniserer med digitale løsninger?

Innspill:

- *Brakar snakker gjerne om kundeundersøkelser på bestillingstransport. Tar et skype-møte med de som er interessert ift dette.*
- *Jbdir blir gjerne med på undersøkelsen for HentMeg*

INNLANDSTRAFIKK v/Stine

Har fått sin merkevare politisk bestemt i fjor. Slått sammen Opplandstrafikk og Hedmark Trafikk og har implementert kundesenteret. Totalt 60 personer Holder på å skulle finne seg sjøl. Har ikke fått penger til omprofilering av bussene. Kundeinnsikt - det eneste de har gjort er å ta en nullpunktsmåling. De har sniklansert INNLANDSTRAFIKK uten noen kampanje. De slår sammen ruter - et fylke på pris og soner allerede i fjor i juni. Ikke så mye å melde foreløpig - men er veldig interessert i kundeinnsikt og ønsker å gjøre mer på det. De er 8 i markedsavdelingen.

FINNMARK - SNELANDIA v/Andrea

De er slått sammen med Troms, men fortsetter med SNELANDIA og det driftes fra Finnmark. Har hatt eksterne som har gjort undersøkelsen på antall reisende. Det er blitt flere kollektivreisende. Det er veldig gledelig. De har søkt om et prosjekt om NORA-midler i samarbeid med Island og Færøyene i de kystnære og regionale områdene med tyngre værutfordringer. I den sammenheng skal de drive et helt år med kundeinnsikt og brukeropplevelser. Hvordan skape samfunn som bidrar til næringsutvikling og bolyst. Et av hovedfokuset i prosjektet er mobilitet i distriktene. De går over fra netto til bruttokontrakter.



Innovasjon

INNOVASJONSNETTVERKET

Diskusjon og innspill:

- innovasjon er bredt. Det er egentlig en sammenheng mellom mobilitet og digitalisering - de henger sammen.
- Fra Vestland – må Møst-laboroatoriet være en viktig partner inn i nettverket.
- Kan være vanskelig å finne riktige deltagere i arbeidet – det er et bredt felt som skal dekkes.
- Innovasjonsambassadører - skal være linken inn i organisasjonen. Det kan føre til at man lettere får kontakt med de ulike delene av organisasjonen.
- I Finnmark er det kort vei til å ta beslutninger. Det gjør at hver og en sitter med mye kunnskap. Har jobbet mye med å finne kunnskap de enkelte sitter på.
- Finnmark ønsker å dele det de vet og de har lært. Plutselig finner man noen som har samme utfordringer som de selv.
- Det vi er gode på er å presentere ferdige rapporter - men hvordan begynne å dele utfordringer?
- Positivitet - de litt lettere prosessene er viktige å dele.
- Innovasjonsprosessene handler om å se muligheter også for egen virksomhet - ikke bare sluke en ide - men begynne å se på mulighetsrommet.
- Tecnologypool
- Styrke innovasjonsambassadørene til å bli bedre innovasjonsmedarbeidere i egen virksomhet.
- Her kan det komme inn masse som er nytt og som er helt lavterskel og helt uten filter.
- Foreløpig tar vi med alle innspill videre - nettverket skal være åpent for å dele de utfordringer man sitter med.
- Digitalt fundament - det kan være det vi har - men det kan også være noe nytt.
- Det blir et forum - men det er også en digital møteplass for mange.
- Vi kan bli gode hvis man klarer å sette ord på utfordringer man har - eller at det oppstår noe ut fra det, og man får til noe i samarbeid.
- Møstnettverket - laget en internside som er et nettverk - en delingsplattform. Fungerer som en kombinasjon av workplace og internt - og de bruker LinkedIn som kommunikasjonskanal ut mot eksterne.
- Det kan ikke bare legges ut - man må melde noe for at noen skal respondere.
- Må involvere noen sluttbrukere - må ha relevans til noen med et produkt.
- Det må deles også eksternt - slik at noen kan respondere på ulike ideer.

Vedtak: Framlaget mandat ble godkjent, med en liten endring.



Forretningsmodeller

- det er utfordrende
- kanskje får vi ikke til det å innlemme andre mobilitetsformer (kommersielle aktører) i en ny forretningsmodell.
- nytte å få kunnskap om dette - rent teoretisk
- Skyss har prosjekt
- Ruter og Kolumbus har prosjekter - snakker ikke så høyt om det enda - da det kan bli krevende for dagens modeller
- Her trenger vi å se utenfor egen bransje, og trenger å bruke innspill fra andre.
- Skånetrafiken har egen lab – var mye omtalt for et par år siden. Men hva har skjedd? Det var en test – og fungerer den fortsatt?
- Ruter S har jo gjort noen vesentlige ting. Mye å lære for oss.

For øvrig tiltredes innspill til oppfølging av tiltakene fra Strategisk samhandlingsforum som skisserte i saksutredningen.

4/20

Mobilitet

Mobilitetspakken:

- Rydde enda mer - sortere enda mer - færre kategorier
- Forstå hvordan det skal brukes
- **VIKTIG: Spre det internt - mange har intranett - det må legges inn link direkte inn til denne sida**
- Man søker på TØI - og der finner vi mye – men vi søker kanskje ikke på oss
- Noen ganger kommer det masse info og det er vanskelig å holde oversikt - men hvis man har det linket til sitt eget område - på sin intranett – da er det lett å finne og lett og bruke
- Statistikk viser at det er i bruk - men det er ikke mye i bruk.
- Hvem er det relevant for? Dekker både planlegging, utvikling, salg og marked – **viktig å synliggjøre relevansen for disse målgruppene**

For øvrig tiltredes innspill til oppfølging av tiltakene fra Strategisk samhandlingsforum som skisserte i saksutredningen.



5/20

Digital tjenesteutvikling

Det er laget et veikart for Digital tjenesteutvikling i Kollektivtrafikkforeningens regi, og vi diskuterer her de tre områdene:

- ITxPT
- Billett og betaling
- Sanntid

Spørsmålet er hvor mye av oppfølgingen innen disse tre områdene som ivaretas av andre arbeidsrupper:

- Enturs faggruppe Rute- og sanntidsdata hadde berammet møte mandag 16.03, er utsatt.
- Jernbanedirektoratets Taktisk samhandlingsforum skal ha møte 26. mars. Det er ei gruppe som har som hovedoppgave å bidra til en aktuell og dynamisk grunntjeneste for elektronisk billettering billettering. Det veikartet de beskriver skal løftes opp til Strategisk samhandlingsforum.
- I Strategisk samhandlingsforum sitter flere fra styret i Kollektivtrafikkforeningen, Odd Aksland, Siv Wiken, Bernt R. Jenssen, Olov Grøtting.
- Strategisk og taktisk samhandlingsforum - er ikke bare om grunntjenester.

Diskusjon og innspill:

- Det er krevende å følge med på hvilke nettverk som finnes, og hvor man finner informasjon
- Det bør legges ut informasjon om ulike samarbeidskonstellasjoner på Kollektivtrafikkforeningens nettside
- Digitalisering: HUSK kombiner med innovasjon – disse hører sammen.
- Samtidig er veikartet for digital tjenesteutvikling mer operativ gjennomføring av tiltak.
- Vi må inn i taktisk brukerforum - og se hvordan vi kobler sammen med de prosessene som skjer i regi av Entur.
- Vår oppgave her er å stille kontrollspørsmålet er disse prosessene tilstrekkelig synkronisert med det som skjer her.

6/20

Bestillingstransport

Diskusjon og innspill:

- lage en felles kravspesifikasjon - noe man har felles
- Skysst får masse resultater - de ønsker å måle om det de gjør er bra



- Ønsker å benchmarke hverandre - slik at man får en slags felles beskrivelse med det man skal.
- Bruke felles KPI'er slik at man kan se om man er på rett vei
- Ting fungerer forskjellig i ulike områder
- Samle kundeerfaringer
- Få fram ulike versjoner av bestillingstransport
- Vi vil etter hvert også få andre typer bestillingstransport-tilbud - kanskje med andre aktører, en operatør, kommersielle aktører eller lignende
- Vi har derfor veldig behov for KPI'er for å kunne sammenligne
- PILOT i Trondheim med aldersvennlig transport - samhandler med RUTer
 - samme vei kommer enkelte steder i stedet for bestillingstransport
 - Bydeler i Trondheim ønsker også bestillingstransport
 - Har løsninger i dag der det bare er kollektivtakst - skal se på andre bestillingstransport

Hvordan løser vi organiseringen av dette arbeidet? Hvordan skal vi koble det sammen med vanlige bussruter?

- Hvordan kommunisere dette?
- Sauda er kommunisert som den beste løsningen
- Hvor er det grunnlag - i stedet for buss, eller der det ikke er buss i dag.
- Brakar - et HentMeg-tilbud i Kongsberg
 - Ble funnet noe ekstra penger for å få til noe i Hallingdal også

En jungel av navn - mye å forholde seg til for kundene

- Mange varianter:
 - Heter ATB bestilling hos ATB
- det er nyttig å kunne ha noe å framheve - og forsøke å selge inn for politikerne
- Vi trenger mer felles betegnelser
- Kan være utfordrende med kommersielle aktører som eier navn, eks. HentMeg, Flexx m.m.

Innspill- ang bestillingsgruppa

- Enturs arbeid i bestillingsgruppa er veldig teknisk
- Markedsmessig – burde klare å få på plass mer standardiserte navn
- Markedsforum - bør ta tak i dette
- Viktig å ha med Østfolds arbeid med formidlingsbiten -