



REFERAT MARKEDSFORUM

22.-23.05.2019

- Til stede:** Merete Raknes – Skyss, (delvis)Lars Skeide og Kari Steinsland – Skyss
Christoffer Fatland Lie og Marit Holen – Fram
Vegar Grislingås – Telemark Fylkeskommune
Odd Morten Møkleby – Nordland Fylkeskommune,
Anna Sandvik Hauge – Kolumbus
Annika Mørch Aste – Ruter
Roald Morvik – AKT
Siv Sletten – Brakar
Christel Reinertsen – Vestfold Kollektivtrafikk
Hilde Eikeland og Bjørn Roger Nøstberg– AtB
Anna Gytri – Sogn og Fjordane Fylkeskommune
Solfrid Rød Olsen og Terese C. Hansen – Østfoldkollektivtrafikk
Stine Myrvoll – Troms Fylkestrafikk
Svein Olav Midtstigen - Entur
- Sekretariat:** Elisabeth H. Berge (referent) fra Kollektivtrafikkforeningen

Sted: 22.05.10 - Scandic Ørnen 23.05.19 – Fløien Kurs og Konferanse

22.05.2019 Velkommen

Etter en kort introduksjon av sekretariatet og Elisabeth H. Berge, ønsket Merete Raknes alle velkommen til Markedsforums vårmøte i Bergen, i regi av Skyss.

Kari Steinsland informerte om Skyss – Strategi og planer.

Se vedlagte presentasjon

«Kollektivtrafikk har alltid handlet om kunden. Utvidet samfunnsoppdrag: Vi skal redde kloden og bidra til velfungerende samfunn i store byer og mindre grender. Sammen skal vi gjøre livet enklere for mennesker.»

Runde rundt bordet

Entur: Hva gjør marked i Entur nå? Onboarding Go Ahead. Billettsalg tog i utland. (Økende trend. FB gruppen "Togferie". Entur har blitt med i Togferie-gruppa og tilbyr seg å svare på spørsmål. 10000 har sett innlegget.) Basispakken.- Bredde tilbudet. (Håper at alle ønsker å delta, gjør det enklere å reise langt.) Billetter til langdistansetog på Web. Sparkesykler og bysykler i kart. Bysykler og innfartsparkering i reiseforslag. Arbeider med nytt designbyrå.

Se vedlagte presentasjon



FRAM: Kampanje for å få flere til å reise med ekspressbuss på tvers av fylket. Velge bort bilen og øke kollektivandelen i fylket. Beltekampanje. Ruteendring 1. mai: Bedre korrespondanse buss, hurtigbåt og ferge. Nattbuss Kristiansund er lagt ned. Mindre støy enn forventet mye pga. vennekjøring på kveld-nattestid. Fokus på bedre tilbud der folk etablerer seg. Mer mobilitet på sykkelparkering. Bedre nettbutikk – ung. Firmakort – lik kreditt kort med fakturering per mnd. Overtar flere ferger i løpet av de neste to årene. Arbeid med elektrifisering av ferger samt takst – personbetaling. Riksfergene - egen løsning. Skyss og FRAM foreslår at betalingsløsningen overfor kundene er lik da det vil bli en utfordring med to ulike takstregulativ for personbetaling på fergerne i fylket. Høring og gjennomgang av takst og soner. Sonesammenslåing fra 500 til 7 eller 16.

VTK: Pågående kampanje etter sonesammenslåing fra 30 til 4 store i desember 2018. Knyttes opp mot «Valuta for pengene» spørsmålene i Kollektivbarometeret der Vestfold scorer lavt. Profilerer 2 busser i rute som betjener 2 store badestrender i Tønsberg som badebussen. Sommerkortet: sommentilbud i 7 uker, reis så mye du vil på en uke for kr 110,- i hele Vestfold. Setter opp nattbusstilbud fredag og lørdag i hele fylket i 9 uker i sommer. Operatørene har hatt ansvaret for nattbusstilbudet, men med blandet suksess. Nå innlemmes dette inn i det ordinære sommentilbudet noe som er bedre for kunde siden de kan benytte både periodekort, verdikort og Mobilbillett. En del jobb med ny organisering. Vestfold og Telemark blir en region og VTK går fra AS og inn i Fylkeskommunen fra 1.1.2020.

Kolumbus: Leveranse av nye elsykler, eget design.. Selges via kollektivtrafikkappen - Gratis bruk inkludert i bussbillett. Holdningskampanje som presenteres i september: 6 lokale kjendiser – influensers med åpen breif: «Hvordan vil du inspirere folk til å ta kollektiv vs. bil!» Løst ganske fritt på egne premisser. Tog blir branded med Kolumbus fra jul. Utvidet barnerabatt til 18 år og utvidelse i hvem som karakteriseres som studenter. Innfører obligatorisk avlesning av mobilbilletter. Alle skal skanne QR koden om bord i bussen. Kjører kampanje: «Takk for at skanner billetten.» Store konferanser- arrangører kan sende ut billetter direkte til deltagere fra jul. Alle nye studenter får en uke fri reise ved studiestart. På miljø søndag koster billetten én krone i appen. Holdeplassinformasjon – design – mye arbeid. Kommer til å innhente erfaringer fra de andre rundt bordet.

Nytt betalingsopplegg. Nytekning – hvordan kan dette gjøres på en mer og bedre måte. Arbeider med en ny segmenteringsmodell for å gruppere kundene basert på holdning. Har akkurat lansert leasing av elsykler til HJH-bedrifter. Anbudet for delebil-pilot er nå utlyst

ØTK: Kampanje, «Bil av og til» i Sarpsborg og Fredrikstad. Kjøper mye konsulent tjenester, reklame og kommunikasjonstjenester. Holdeplass informasjon: setter opp skilt på hver holdeplass, utfordrende med vedlikehold. En dag eventet, «Turist i egen by», medførte 50% økning i bruk av kollektivtransport. FARA sanntidsskilt er levert men det lekker vann inn! «Hjemjobbhjem». 199,- for reiser i Nedre Glomma. En mnd. gratis buss og tog for russen. Halv pris på alle periodebilletter i juli.

Brakar: Autonom / Selvkjørende buss i Kongsberg. Det publiseres en oppsummering etter erfaringer fra snø. Denne kan presenteres på møtet i september. Bussvettkampanje ble forkastet i førsteomgang, (forslag som spilte på ironi vs. nye forslag som fokuserte på glede)



går videre med 4-5 nye forslag. Kan også vise dette samt Beltehelt kampanje i september. Kolumbus samarbeid i Hjemjobbjhem (elsykler) og ønsket prosjekt i Hallingdal med «HentMeg». Buskerudpakke 2, er utsatt til etter valget. 50-60 millioner mindre til kollektivtrafikk hvis ikke bevilgning.

Kringom: Håper at mye kommer våre kunder til gode når Kringom og Skyss blir slått sammen til en større kollektivenhet i det nye fylket Vestland. Eks. kan avviksinformasjon ut til kunder bedres ved utvidede åpningstider internt. Forventer mye arbeid fremover knyttet til sammenslåingen. Per i dag en del forskjeller, billetter kjøpt om bord vs. i app, soner vs. kilometertakst etc. Arbeid med «Travel like the locals» har blitt prioritert i vinter, se FRAM v/M. Holen. Fokus på «Trygt heim» i mai: Faste ruter ut i kommunene natt til søndag, natt til 1. og 17. mai. I tillegg som bestillingstransport fra større arrangement for russen. Koster 50 kr per billett, fokus på å få de unge trygt hjem. Lærlinger får studentrabatt fra 1. juli – ser utfordringer knyttet til dette med studiebevis, da lærlinger mange steder ikke får eget bevis. Ønsker å oppfordre til bruk av digitale løsninger eks. har Trøndelag digitalt studiebevis for både elever og lærlinger.

FRAM v/M. Holen: M.H. er utleid til SF, Hordaland og Rogaland for å integrere konseptet «Travel like the locals», pakketurer med offentlig transport, etter mal fra Møre og Romsdal.. Utfordring med ulik organisering i samarbeidsfylkene. Destinasjon VOSS ved Visit Nordfjord – SF. Koordinere- og samle informasjon. Politisk vedtak fikk dette i gang. Ønsket oppstart 1 april. 50-60 turer spredt ut i området. Er i prinsippet ferdig, men en del som må på plass for å få dette til å fungere optimalt. Slutten av mai skal mye være klart. Har avventet markedsføring enn så lenge. Anslår 70 % over disk og 30 % over nett slik de erfarte i MR ved oppstart for 4 år siden. Oppsummering kommer i septembermøtet. (70% nett pr i dag i MR)

Telemark: 5,7% så økning så langt i år, mot totalt 2,7 økning i 2018. Håper å passere 5 millioner reiser totalt i Grenland i løpet av året. 42% økning på 6 år, men kun 1% økning i bussandel (siste RVU). Porsgrunn og Skien og Siljan får økt rutetilbud. Kampanjer: «De smarte kjører gult», på alle flater eks. i og bak på bussen. Digital kampanje: «På tide å rense lufta, bruk bussen». Vellykket ref. tilbakemeldinger på FB. Det skal være hyggelig å gå på bussen. Heller å slippe noen på enn å avvise hvis man ikke har det riktige produktet/billetten. Dette fører til færre klager mm. Billige billetter samt periodebilletter kan brukes på nattbussene. Markedsføring ved NRK innslag og Radio Grenland (som når bilførere.) Nytt anbud i Vest Telemark fra 1.7.19. Pushe det gule i hele fylket. Gule i hele fylket så vi må rigges. Nettbuss (nå Vy Buss) (nettokontrakter) samarbeider med fylket om markedsføring. Rutetilbud Kragerø koblet mot ferge, og bybussene blir viktige å markedsføre utenfor Grenland. I gang med «SpareLabs» i Bø med konseptet «Hent meg». Erstatte bygdebussen som er ganske godt brukt. Innspill til markedsføring fra Kolumbus på ulike målgrupper i Bø. Aktivitetsplanen kan godt deles hvis interesse.

ATB: 3. august i år får hele Trøndelag nytt kollektivtilbud. Storstilt informasjons kampanje. Mye pr i hele fylket. Mye ute og informerer og presenterer eks til. Handikap- og blindforbundet. Innhold markedsføring. Regions kampanje for å få flere til å bruke app.



Kortanbudet, to år igjen av anbud før vi går bredt utover fylket. Gjøre det mer kjent at AtB overtar i Nord-Trøndelag. Stor interesse for Metrobussen i Trondheim – Elbusser er rundt hjørnet. «Hjemjobbhjem» også til Trondheim, vedtatt i fylkestinget. Pilotprosjekt fra august til mai 2020. Kampanje ut mot bedrifter for involvering. ! Bedriften skal gi noe – eks. innføre parkeringsrestriksjoner. Samarbeidsprosjekt mellom AtB og Kolumbus for bruk av materiell og konsept. Buss-trikk og tog. Hvordan inkludere bysykkel!

Troms: Nye anbud på alle transportmidler i Troms. Omorganisering av SAMS. Troms Netto-kontrakter vs. Brutto kontrakter. 265 soner til 11. Mobilkamerater fra 1. mai til 1. februar 2020. Politikerstyrt. Kollektivtrafikk kameratene. Innføring av sete reserverasjoner på båt samt tilbud av assistanse 3 timer 25 mil på buss og båt. 1. august implementerer Tide leddbuss i Tromsø. Enormt med turister, sliter med å tilby et godt produkt men buss til Skjervøy og Hurtigruta tilbake, er et populært alternativ. Har ikke studentpris, men barnepriser til og med 19 år.

Ruter: Fokus på kundemedvirkning i alle ledd i bedriften. Nye bomsnitt, Ruter har belaget seg på en økning i reisende. 1/3 av kampanje budsjettet til å bygge merkevare ved å være det foretrukne reisealternativet. Spille på det emosjonelle. Se presentasjon holdt 23.05.2019.

AKT: Nytt reklameanbud på gang. Det hjelper å dele informasjon ref. Kolumbus. AKT er et lite selskap med mindre ressurser. Kampanje på SoMe: En «Fleksnes utgave» av en busspassasjer viser ønsket adferd om bord. God «reach» og engasjement. Arbeid basert på Vesttrafikk (Gøteborg) TØI undersøkelse vedr. kostnader for bilbruk vs. Kostnader periodekort. Utgangspunkt i reiser Krsand – Mandal / Krsand – Arendal – Krsand. Informasjon vedr. ruteomlegging. Metrokonsept. Elbuss i Mandal – Taxus erstattes 12 meter elbuss. Positiv feedback på fossilfritt tiltak.

NFK: Ansatt en faglig sterk ressurs på SoMe. Sonesammenslåing av 700 soner i Nordland. Strategisk ruteplan hjelper oss med soneprosjektet. Bybuss kampanje i 3 byer i Nordland, Bodø, Mo i Rana og Narvik. Utbygging av veisystemet i Bodø gjør det bedre for sykkel og gange. Reiselivsprodukt; Travelpass Nordland kr 990,- og halvpris for barn. Mye aktivitet rundt dette. Hurtigbåt: Helgeland – Bodø – Lofoten. Buss Narvik – Lofoten – populær ordning. Fadderordningen – gratis periode. Studenter er en viktig gruppe da UIB ligger en mil utenfor sentrum. Markedsføringshjelp til aktører med flybuss som en del av løyvevilkårene. Må nå kjøre alle avganger. Smartere transport – vant 50 millioner. To hele stillinger jobber med dette i NFK. Positive effekter. Anbud i Bodø – avlyst blir kjørt ut på nytt. Ønsker tilbud på enten Euro 6 eller elbuss.

Store veiomlegginger i Bergen, Informasjonsarbeid – Lars Skeie, Skys

Se vedlagte presentasjon.

De neste 20 årene skal det investeres nesten 30 milliarder i Bergen. Miljøløftet: samlebetegnelsen på byveksttalen i Bergen og den nye bompengepakken. De neste 20 årene skal det bygges bybane, tryggere og bedre veier, sykkelveier, fortau og miljøgater. I 2019 er det spesielt 3 omlegginger som i stor grad påvirker kollektivreisende i Bergen: Carl Konows gate – Olav Kyrres gate – Haukeland. Konsekvenser – omkjøringstrase 6 linjer/35 linjer/Nye



holdeplasser for 11-12 linjer. 30000 reiser som blir direkte berørt. Ca. 100000 reisende berørt av omleggingene. Brukt mye tid på å minimere risiko og omdømme (endrede reisevaner kan gi utslag i reduserte inntekter for Skyss) Sommer 2020 skal linjekartet tegnes om på nytt ref. arbeidet som har vært gjort i AtB.

- I hvilken grad trenger vi en massiv informasjonskampanje? Stort risikodempende tiltak. Hvor mye kunne vi ha spart uten at det hadde gått på bekostning av leveransen.



Ombordundersøkelser og prosess Beacons - Bjørn Ole Johannesen, Skyss **Se vedlagte presentasjon**

Hvorfor vi gjennomfører ombordundersøkelser?

Daglig drift styres etter Kollektivstrategi for Hordaland. Nasjonale målsetningen om nullvekst for personbiltrafikken til tross for ventet økning i folketallet og vekst i trafikken. For å nå målsetningen må bla skyss øke sine markedsandeler, flere må velge å bruke kollektivt fremfor privatbil

Hvordan gjennomfører vi?

16000 intervju pr år. Intervjuer benytter iPad som verktøy, deler ut iPad slik at passasjerer selv fyller ut svarene. Intervjuereffekt: Tidligere svarte ingen at de var misfornøyd. Tilfredsheten er fortsatt høy men 7% melder at de ikke er det. Praktisk: Intervjuerne har fri tilgang til alle Skyss sine transportmidler når de jobber.

Over 20 spørsmål, estimert Ca. 7 minutter totalt. Predefinert svaralternativer. Alt i Alt, renhold, kjørestil 30%serviceinstilling 10%

Erfaring av (Pinch) beacons om bord på utvalgte kjøretøy. Januar 2018 begynte arbeidet, men dette er enda ikke implementert. Arbeid med ny billett app og oppkobling mot Entur. Feltarbeid vil starte høsten 2019.

Roald AKT hvordan foretar vi ombordsundersøkelsen? Vil dette være noe man kan legge ut info på WP?

23.05.2019

Skyss: Snikkampanje og kundehåndtering v/Merete Raknes

Se vedlagte presentasjon

Hovedfunn fra holdningsundersøkelsen 2015 – 2018: folk flest sniker ikke, de har alltid gode argumenter.

Mål for kampanjen:

Fortelle at alle må ha gyldig billett for å reise med Skyss

Redusere antall snik/holde snikandelen ned

Lansert «Snylteagurken» – mennesker som av ulike årsaker reiser uten gyldig billett.

Klagehåndtering

En reise fra nødvendig onde til en god reise. Hva skjer når en kunde er fornøyd?

Hva skaper de dårlige service opplevelsene? Om vi kan hjelpe 99 kan vi heller bli lurt av 1.

Endre en negativ opplevelse til noe bra.

10% av gebyrlagte reisende kontakter Skyss. 9 av 10 klager som kommer inn til Skyss krediteres. Skaper enormt gode tilbakemeldinger! Tap av gebyrpengene men tjener mer i det lange løp!

Gjør noe med hele kulturen i Skyss. Tiltak for å gi bedre effekt. Kunder sammenligner opplevelser på tvers, eks alle andre aktører Eks Norwegian, Peppes Pizza.

Diskusjon rundt bordet og erfaringsutveksling vedr.

- Billettkontroll – rutiner.



- Billettsystemer og soner.
- Billetterings alternativer og Billettyper

Ruters Kjærlighetskampanje og langsiktig merkevarebygging – Annika Aste, Ruter

Se vedlagte presentasjon

I 2017 ble det gjennomført flere kollektivreiser enn bilturer i hovedstaden. Markant økning av antall avganger. Med sterk befolkningsvekst og med vissheten om at det ville bli trangere om bord, økte billettpriser, økte bompenger, ville mange bli tvunget til å reise med oss selv om de hadde foretrukket å kjøre bil. Hvordan få folk til å like oss, og foretrekke Ruter fremfor bilen! I 2018 begynte derfor arbeidet for alvor med å styrke merkevaren med mer emosjonell og posisjonierende profilbyggende reklame. Bytte av reklamebyrå og 1/3 av markedskommunikasjonsbudsjettet ble øremerket til å trykke på de emosjonelle knappene og løfte kommunikasjonen opp på et nivå over det rent produktrelaterte. Markedsføring må oppnå tillit – Langsiktig merkevareoppbyggende aktiviteter gir bedre resultater både på kort og lang sikt.

Vernepliktspris – Gjeldende rabattordninger og orientering fra sekretariatet

Styret ønsker innspill fra Markedsforum før sommerferien vedr. gjeldende rabattordninger. Sekretariatet sender ut epost med skjema for utfylling av alle medlemmene.

Arbeidsgruppe for reisegaranti på hurtigbåt – informasjon

Det er satt ned en arbeidsgruppe med representanter fra AtB, FRAM, Kolumbus og NfK, hvor målet er å komme frem til en felles nasjonal bransjestandard for reisegaranti som også gjelder hurtigbåt.

Eventuelt

Vårmøte Markedsforum 2020 i Trondheim v/AtB

Forespørsel inspirasjonstur for Markedsforum. Er dette mulig å kombinere med den årlige studieturen med KTF og TØI – Parallell sessioner?

Forslaget tas videre til sekretariatet.

Minner om høstmøtene i Markedsforum

- 5.september og 28.november, begge i Oslo.

Elisabeth H. Berge tar ansvar for program, med innspill fra forumets medlemmer.