



FYNBUS' STRATEGI FOR

Flere passagerer

2013-2015

FYNBUS

Indholdsfortegnelse

Strategi for flere passagerer 2010-2015	3
Status 2010-2012	4
Gennemførte aktiviteter 2010-2012	5
Strategi 2013.....	7
1. Sikker drift	8
2. Bedre trafikinformation	10
3. Bedre kundeservice	12
4. Målrettet markedsføring.....	14

Strategi for flere passagerer 2010 - 2015

FynBus har siden starten af 2010 tilrettelagt opgaver og projekter med udgangspunkt i en strategi for flere passagerer.

Hovedpunkterne i denne strategi er:

- Bus til tiden
- Bedre information
- Bedre tilbud til pendlerne
- Billetter og takster
- Bedre sammenhæng og mobilitet

Målet er at opnå en passagervækst på 2,5 % om året, under overskriften ”15 % flere passagerer i 2015”. Det har været nødvendigt at nedjustere vækstmålene i forhold til de reduktioner, der er sket i kørselsudbuddet, men målet er fortsat en vækst på 2,5 % i forhold til året før.

Flere passagerer i Odense Kommune

I Odense Kommunes Trafik og Mobilitetsplan fra 2009 er et af målene for den kollektive trafik i Odense, at der skal være fremgang i passagertallet på 33 % inden 2020.

For at opnå dette ambitiøse mål er det nødvendigt med en fokuseret og koordineret indsats og et tæt samarbejde mellem Odense Kommune, entreprenørerne Tide Bus og Odense Bybusser samt FynBus.

”Strategi for flere passagerer i Odense i 2013” er en integreret del af den overordnede plan for FynBus

Status 2010-2012

Strategien for 2013 skal i vidt omfang ses som en videreførelse af de aktiviteter, der er gennemført i 2010, 2011 og 2012.

Strategien hviler på, at følgende forudsætninger er opfyldt:

Sikker drift

Bus til tiden og tilstrækkelig kapacitet er grundforudsætningen for, at alle andre tiltag i FynBus' strategi har en positiv virkning og for arbejdet med imageforbedring for den kollektive trafik.

Bedre trafikinformation

Kunderne forventer at have nem adgang til trafikinformation både når en rejse skal planlægges, når den skal tjekkes undervejs og når der sker afvigelser. Vanskelig eller manglende adgang til information udgør en forhindring for, at kunderne overhovedet anvender den kollektive trafik.

Bedre kundeservice

Kunden skal opleve en relevant og imødekomende service i alle møder med den kollektive trafik. Det vil sige hos chaufføren, i telefonen, i Kundecentret, på internettet og ved smartphone-/mobilløsninger.

Bedre kendskab til den kollektive trafik

De fleste mennesker, det vil sige det uudnyttede kundepotentiale, har intet, eller kun et ringe kendskab til den kollektive trafik. Det handler derfor om at få øget befolkningens kendskab til det offentlige trafiktilbud, og dermed få dem til at betragte bussen som et reelt alternativ til bilen.

Gennemførte aktiviteter 2010-2012

I. Sikker drift

- Der er indgået incitamentskontrakter med de største entreprenører med det formål at øge entreprenørernes kundefokus.
- Der er etableret et online certificeringsprogram for chauffører med det formål at forbedre kundeservice og øge kvaliteten i forbindelse med billettering.
- Certificeringsprogrammet sikrer også en bedre dialog som middel til at forbedre kvalitetsudviklingen. Chauffører har været involveret i køreplanlægning, planlægning af nye ruter og omlægningen af holdepladserne på OBC.
- Alle afgangene er gennemgået med udgangspunkt i elektroniske køretidsdata, med henblik på at reducere antallet af forsinkelser i nyudgivne køreplaner.

2. Bedre trafikinformation

- Der er indført realtid i regionalbusserne. Realtid har i en årrække været til stede i bybusserne i Odense. Realtid giver mulighed for at formidle aktuel information om busens forventede ankomst på infoskærme, internettet og mobiltelefoner, samt forbedrer driftsovervågningen.
- Der er installeret infoskærme i alle regionalbusser og bybusserne i Odense og Svendborg. Skærmene giver aktuel stoppestedsinformation.
- Der er opsat nye skærme med dynamisk trafikinformation på OBC.
- SMS-servicen "BUSALARM", hvor kunden får information om eventuelle forsinkelser på udvalgte ruter, er udbredt.

Gennemførte aktiviteter 2010-2012

3. Bedre kundeservice

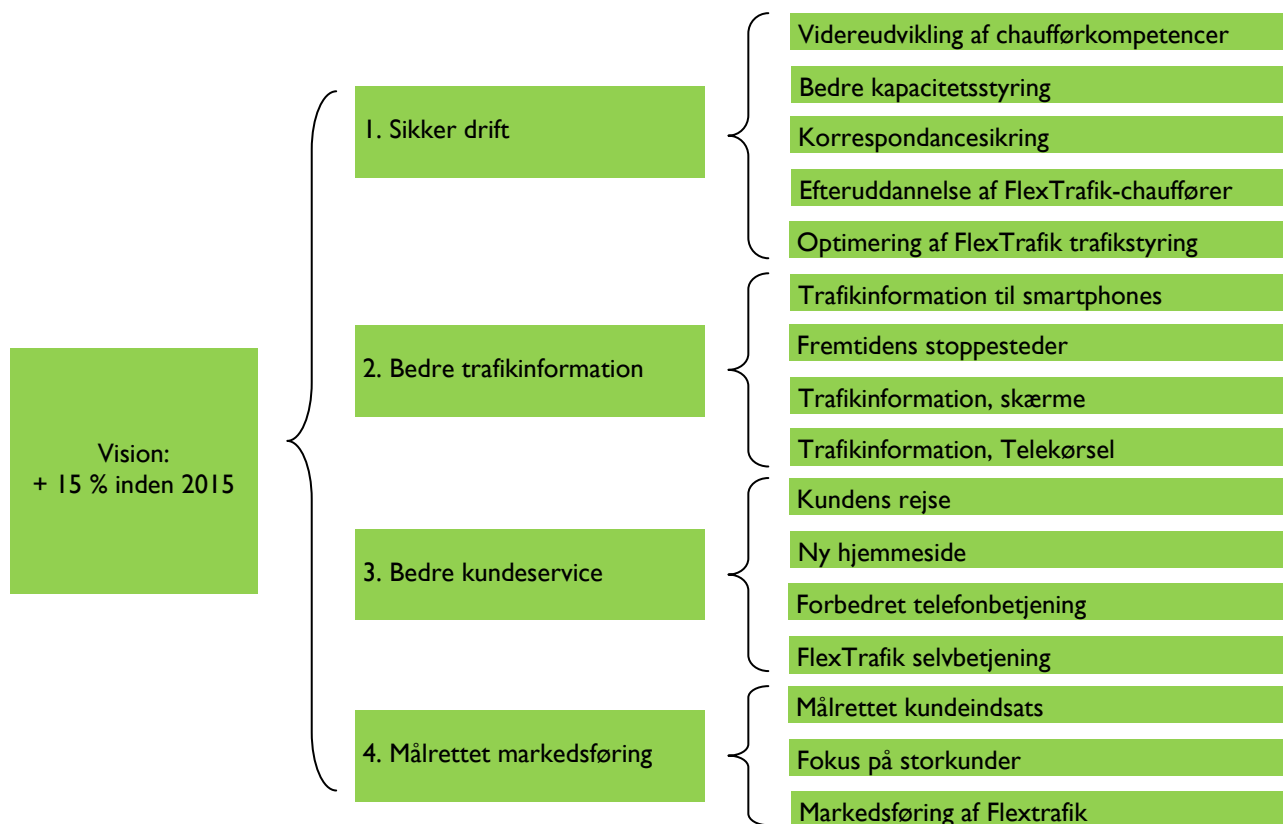
- FynBus involverer kunderne i kvalitetsforbedringer via internettet. Kunderne kan give sine kommentarer for hver rute eller afgang, og informationerne bruges senere i køreplanlægningen.
- Der er etableret kundefokusgrupper på udvalgte ruter, som et led i projekt "Kundefokuseret samarbejde", der er finansieret af Trafikstyrelsen (Regionalruter 151 og 930).
- Hjemmesiden udvikles løbende, og der er etableret mulighed for øget selvbetjening på internettet.
- FynBus er gået på Facebook, som har vist sig som en stærk kommunikations platform i forhold til primært unge mennesker.

4. Bedre kendskab til den kollektive trafik

- Der er indført en række nye billettyper og rabatter:
 - Odense Kommune: "Odense rundt for en 10'er"
 - Pensionistrabat uden for myldretiden (på KVIKkort)
 - Eventbilletter (koncerter, arrangementer og lign.)
- Teletaxa er indført i en række tyndtbefolkede områder som alternativ til bussen. I den forbindelse er der gennemført en omfattende markedsføring og afholdt borgermøder.
- Der er generelt et øget fokus på markedsføring og ekstern kommunikation.
- Der er indført Rejsetidsgaranti. Det vil sige, at kunderne kan tage en taxa og få regningen refunderet af FynBus, hvis betingelserne for Rejsetidsgarantien er opfyldt.

Strategi 2013

FynBus generelle strategi for 2013 skal sikre, at de tidligere nævnte initiativer, der er sat i gang i 2010, 2011 og 2012, fastholdes og videreføres, således at der opnås fuld effekt. FynBus mener, at dette vil have en positiv indflydelse på kundetilfredsheden og FynBus' image, og dermed bidrage til en passager-tilgang.



I. Sikker drift

Busdrift

1.1 Videreudvikling af chaufførkompetencer

Chaufføren er den vigtigste medarbejder i mødet med kunden. Derfor er der fortsat fokus på udvikling af chaufførernes kompetencer vigtigt for FynBus. I 2013 skal FynBus:

- Indgå i projekt om fælles fokus på kundeservice sammen med de andre trafiksselskaber.
- Udbygge dialog og vidensdeling via Vores FynBus om køreplanlægning, kapacitetsstyring og kvalitetsforbedringer.

1.2 Bedre kapacitetsstyring

FynBus har et mål om, at ingen rejsende skal stå op i bussen over længere strækninger. FynBus skal fortsat arbejde professionelt med kapacitetsstyring, og inden for de budgetmæssige rammer sikre den bedst mulige service for kunderne. I 2013 skal FynBus arbejde med følgende initiativer:

- Vurdere mulighederne ved at udbyde al fast dubleringskørsel i en samlet pakke.

- Totalregistrering af passagerer, også registrering af ikke elektroniske rejsehjemler.
- Kapacitetstilpasningssystem.

Sidstnævnte to initiativer skal medvirke til at indfri ambitionen om at kunne synliggøre kapacitetsproblemer og ledig sædekapacitet overfor kunderne.

1.3 Korrespondancesikring

Der er i dag korrespondancesikring udenfor myldretiden på centrale trafikknudepunkter, men tilbuddet skal udbygges yderligere for, bedst muligt, at sikre passagerernes overgang fra busser til tog eller mellem busser.

Herunder gennemføres følgende tiltag:

- Udvikling af statistikværktøj, der overvåger korrespondancer på trafikterminalerne i Odense, Nyborg og Svendborg.

I. Sikker drift

- Gennemførelse af korrespondancesikringsforsøg i by og lokalbusser i Svendborg, samt regionalruterne mellem Nyborg, Svendborg og Langeland. Alt sammen i samarbejde med Rejseplanen.

FlexTrafik

I.4 Efteruddannelse for taxachauffører v. FlexTrafik

FynBus forventer, at betjeningen af passagerne i FlexTrafik sker på en god og forsvarlig måde. Derfor er der i udbud af FlexTrafik for 2012 varslet gennemførelse af en ny uddannelse med en fem-dages modulopbygget uddannelse, hvoraf første modul, som er af én dags varighed, skal være gennemført for alle chauffører inden 1. marts 2014. Uddannelsen vil blive gennemført med erfaringer fra Movia og afholdes af FynBus som et AMU-kursus.

Det vil i 2013 blive afklaret, om der kan/skal gennemføres certificeringer via fx portalen *Vores FynBus*.

I.5 Optimering af trafikstyring i FlexTrafik

Trafikstyringen i FlexTrafik er afgørende for en tilfredsstillende driftsafvikling. En effektiv trafikstyring betyder, at de individuelle servicemål overholdes, at der sikres en økonomisk Effektivisering, og at der opretholdes et konstruktivt samarbejde med entreprenørerne.

Trafikstyringen i FlexTrafik blev først etableret pr. 1.4.2012, og målene for området er i 2013 at:

- Nedbringe antallet af forsinkede ture.
- Nedbringe ventetiden yderligere på telefonen.

Dette skal bl.a. ske gennem erfaringsudveksling med de øvrige trafikselskaber, udvikling af kompetencer i PLANET-systemet hos trafikstyrerne i FynBus, samt ved samarbejde med entreprenører og internt i teamet.

2. Bedre trafikinformation

2.1 Trafikinformation til smartphones

Med henblik på at lave bedre trafikinformation til kunderne via smartphone på stoppesteder, udvikles mobile applikationer i samarbejde med Rejseplanen.

Første skridt bliver at introducere QR-koder på stoppestederne ved det regionale køreplansskifte til januar 2013, som gør det muligt at forsyne kunderne med aktuel stoppestedsbaseret trafikinformation som fx realtidsinformation.

2.2 Fremtidens stoppesteder

Indsatsområdet 'Bedre stoppesteder' har til formål at forbedre kvaliteten af stoppestederne i FynBus område ved en gradueret kategorisering og tilpasning i forhold til fx den reelle benyttelse.

Kommunerne har driftsansvaret for stoppestedernes placering, fysiske indretning og det udstyr, der supplerende placeres på stoppesteder og terminaler.

FynBus har ansvaret for trafikinformationen, og entreprenørerne, der kører der hver dag, kunne have det daglige opsyn med kvaliteten af den fysiske fremtoning og trafikinformation. I 2013 skal der arbejdes med:

- Koncept for kvalitetssikring af information ved stoppesteder
- Klassificering af stoppesteder
- Tilpasning af stoppesteder til klassificering
- Hvilken information skal tilbydes
- Designløsninger
- Implementering af indberetningsmodul
- Digitale stoppesteder

2. Bedre trafikinformation

2.3 Trafikinformation, skærme

Der findes informationsskærme rigtig mange steder i det offentlige rum, og FynBus skal tilbyde aktuel trafikinformation på de skærme, hvor det er relevant. Rejseplanen har udviklet en model for at bringe trafikinformation ud på skærmene, og FynBus går nu i gang med at undersøge, hvordan denne løsning kan udbredes på følgende steder:

- Ungdomsuddannelser; gymnasier, tekniske skoler m.fl.
- Biblioteker og borgerservice i kommunerne
- Kommercielle miljøer: posthuse, butikker osv.

2.4 Trafikinformation, Telekørsel

Telekørsel vil blive det primære tilbud om kollektiv trafik i tyndt befolkede områder, og det skal sikres, at kunderne har kendskab dertil.

I 2013 skal der arbejdes med:

- Strategi for information om telekørsel.
- Strategien skal indeholde både information i form af køreplaner, hjemmeside, skiltning på trafikknudepunkter osv.
- Implementering af strategien, blandt andet belært af erfaringer fra Spodsbjerg og Svendborg.
- Skabe sammenhæng til den øvrige kollektive trafik vedrørende fx køreplaner og hjemmeside.
- Intern information i bestillingscentral og CallCenter.

3. Bedre kundeservice

3.1 Kundens rejse

Der gennemføres en kortlægning af hele kundens møde med FynBus med henblik på forenkling af alle kundevedtede processer. Kortlægningen skal resultere i:

- En mere kundevedt hjemmeside
 - Forbedring af trafikinformation
 - Input til strategi for fx anvendelse af informationsskærme
- Endvidere skal der udvikles en strategi for anvendelse af informationsskærme.

3.2 Ny hjemmeside

FynBus.dk er et af FynBus' vigtigste informationskanaler, og derfor skal det sikres, at siden er nem og logisk at bruge, og fortsat er det mest oplagte sted for kunderne at slå op, når de skal have viden om kollektiv trafik. I 2013 udvikles en ny hjemmeside, der skal opfylde nye krav om anvendelighed og brugervenlighed:

- Det skal være nemmere at betjene sig selv.
- Trafikinformationen skal være hurtig og nem at finde.
- Hjemmesiden skal kunne tilgås fra flere platforme, herunder smartphones og tablets.

3.3. Telefonsystem

Der er konstant pres på FynBus' telefonsystem. I 2012 blev systemet udbygget i Trafikstyringen for FlexTrafik. I 2013 udbygges systemet, så fundamentet for målsætning om hurtigere svar-tider og bedre telefonisk kundeførelse kan nås. Systemet Trio, der blandt indeholder kø-funktion og callback-funktion udvides til:

- Callcenter for køreplans- og kortoplysninger
- Trafikstyringen for busserne
- Bestillingscentral i FlexTrafik

3. Bedre kundeservice

3.4 Flextrafik selvbetjening

For at lette ventetiden på telefonerne og tilbyde en øget fleksibilitet ved bestilling af FlexTrafik skal de nuværende og fremtidige webløsninger implementeres.

I individuelle løsninger pr. kørselstype gives der mulighed for borgere, kommuner, lægecentre og øvrige interessenter at få adgang til webbestillinger af FlexTrafik.

Webløsningerne skal endvidere medvirke til en løbende effektivisering af de administrative processer.

4. Målrettet markedsføring

FynBus har en lang række produkter, som kunderne skal lære bedre at kende. Derfor iværksætter FynBus i 2012 en række salgsrelaterede initiativer, der skal bringe FynBus længere frem i folks bevidsthed og øge salget af rejser.

4.1 Målrettet kundeindsats

FynBus gennemførte i 2012 en lang række kunderettede aktiviteter i 8 udvalgte fynske byer. I 2013 fortsætter den målrettede kundeindsats, hvor FynBus' ambassadører igen skal besøge byer og tale med kunder:

- FynBus' ambassadører besøger 20 udvalgte byer i FynBus' område og gennemfører uddelingsaktiviteter og opsøgende salgsaktiviteter i bycentre.
- FynBus iværksætter målrettet indsats overfor seniorkunder og ungdomskunder, herunder salgspredrag og lokale kampagner.
- FynBus fortsætter sit arbejde med rådgivning af kunder i busser og kundecentre.

4.2 Fokus på storkunder

FynBus fortsætter og udbygger sit samarbejde med OUH og Odense Kommune. Herudover indleder FynBus en besøgsrække til de fynske ungdomsuddannelser, et samarbejde der har til formål at skabe et tæt samarbejde om fælles berøringspunkter, som fx rekruttering, planlægning, fastholdelse af kunder, daglig drift og kortsalg. Det er filosofien, at et tæt samarbejde samlet set kan betyde en generelt mere positiv opfattelse af kollektiv trafik, og dermed sikre visionen om flere passagerer.

4.3 Markedsføring af FlexTrafik

Med fortsat udbygning af FlexTrafik er der stort behov for at kendskabet til telekørsel udbygges overfor kommunerne. Derfor skal der i 2013 arbejdes med:

- Konceptbeskrivelse til kommuner og samarbejdspartnere
- ERFA-møder med kommuner vedr. FlexTrafik
- Udarbejdelse af strategi/forretningsplan