



FYNBUS' STRATEGI FOR

Flere passagerer

2014-2015

Indholdsfortegnelse

Strategi for flere passagerer 2010-2015	3
Status 2010-2013	4
Gennemførte aktiviteter 2010-2013	5
Strategi 2014.....	7
1. Sikker drift	8
2. Bedre trafikinformation	10
3. Bedre kundeservice	12
4. Målrettet markedsføring.....	16

Strategi for flere passagerer 2010 - 2015

FynBus har siden 2010 arbejdet med udgangspunkt i en årlig strategi- og handlingsplan for flere passagerer.

Det overordnede mål er, at kunderne vil betragte bussen som et relevant alternativ til bilen, og at den kollektive trafik indgår i befolkningens daglige valg af transportform.

Hovedpunkterne i denne strategi er:

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

Den væsentligste målsætning har været at få 15 % flere passagerer i busserne fra 2010 til 2015. Målet svarer til en vækst på 2,5% om året, som også er målet for perioden frem til 2030. (Svarende til Statens mål for væksten i antallet af buspassagerer).

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.

Status 2010-2013

Strategien for 2014 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 2010-2013

1. Sikker drift

- Der er indgået samarbejdsaftaler med de største entreprenører med det formål at øge chaufførernes kundefokus, skabe øget kundetilfredshed og give flere og mere tilfredse kunder.
- Der er iværksat et online uddannelsesprogram for chauffører med det formål at forbedre kundeservice og øge kvaliteten i forbindelse med billettering.
- Uddannelsesprogrammet 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.
- Data for alle busruter er blevet gennemgået og resultatet er bedre køreplaner og dermed færre forsinkelser.
- FynBus holder øje med passagerantallet i de enkelte busser og tilpasser antallet af busser på den enkelte afgang i forhold til behovet.

2. Bedre trafikinformation

- Der er indført realtid i regionalbusserne. 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 skærme med dynamisk trafikinformation på OBC.
- SMS-servicen "BUSALARM", hvor kunden får information om eventuelle forsinkelser på udvalgte ruter, er udbredt.
- Der er igangsat samarbejde med en lang række uddannelsesinstitutioner om trafikinformation på skærme.
- Som medejer af Rejseplanen deltager FynBus i den løbende udvikling af trafikinformation til tablets og smartphones.

Gennemførte aktiviteter 2010-2013

3. Bedre kundeservice

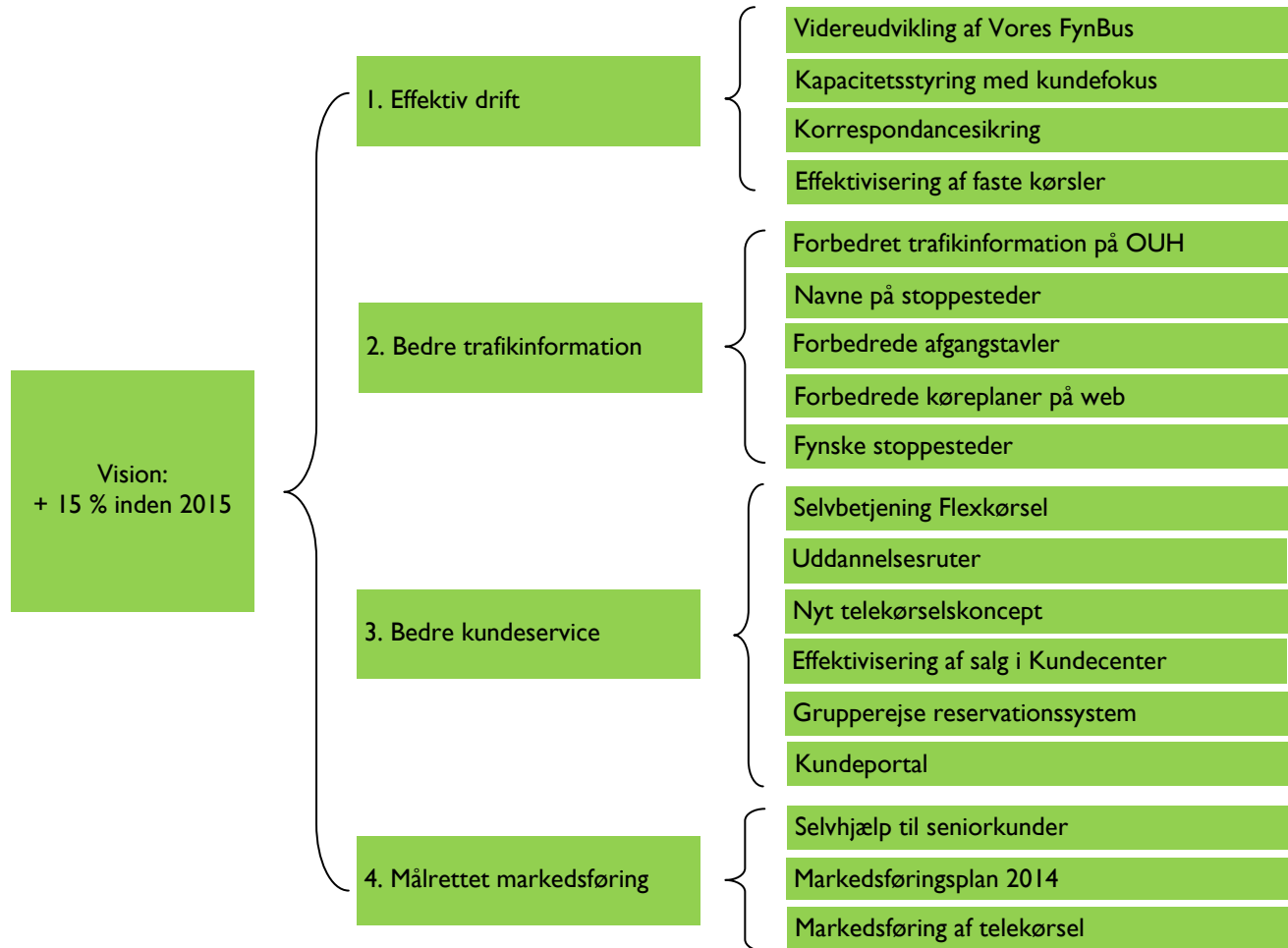
- FynBus involverer kunderne i kvalitetsforbedringer via internettet. Kunderne kan give sine kommentarer for hver rute eller afgang, og informationerne bruges senere i køreplanlægningen.
- Der er etableret kundefokusgrupper på udvalgte ruter, som et led i projekt "Kundefokuseret samarbejde", der er finansieret 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.
- Der er løbende blevet udviklet nye og billige billetløsninger til kunderne, fx Weekendbillet, Attraktionsbillet og Eventbillet til fynske attraktioner og større events.

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.)
- 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.
- 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 øget fokus på markedsføring og ekstern kommunikation.
- FynBus har gennemført målrettet markedsføring af kollektiv trafik i en lang række større og mindre fynske byer.

Strategi 2014

FynBus strategi for 2014 skal sikre det fortsatte fokus på flere passagerer, og har som mål at fastholde en passagervækst på mindst 2,5 % om året.



I. Sikker drift

I.1 Videreudvikling af Vores FynBus

FynBus' frontmedarbejdere er de vigtigste medarbejdere i mødet med kunden. Derfor vil FynBus fortsat udvikle dialog- og uddannelsesværktøjet "Vores FynBus" som i de sidste to år er blevet udbredt blandt FynBus' mange hundrede chauffører.

I 2014 skal FynBus:

- Videreudvikle systemet så det bliver mere fleksibelt i forhold til udvikling af nye certificeringer, deling af dokumenter og nyheder om FynBus.
- Iværksætte udbredelse af systemet til frontmedarbejdere i kundecenter og chauffører under Flextrafik, hvor der er også er behov for løbende uddannelse og information om nye tiltag.

I.2 Kapacitetsstyring med kundefokus

Der skal være plads til alle FynBus' passagerer, og passagererne skal vide, at der er plads. I 2013 blev der udviklet værktøjer til at sikre at FynBus får viden om fyldte busser, og kan indsætte ekstra dublering, så alle kan komme med.

I 2014 skal FynBus:

- Udvikle software, der kan fortælle passagerer, hvornår der er bedst plads i busserne.
- Udvikle software, der kan fortælle passagererne, når FynBus har indsat ekstra kapacitet på en afgang.
- Fortælle kunderne, at der nu er blevet bedre plads i busserne, og dermed tiltrække kunder, der har fravalgt den kollektive trafik på grund af tidligere tiders kapacitetsproblemer.

I. Sikker drift

I.3 Udbredelse af korrespondancesikring

I 2013 var FynBus med i et udviklingsforsøg med realtid via smartphone. Forsøget gjorde det var en succes og nu skal projektet implementeres og i fuld drift. Projektet vil betyde at en ventende bus fx i en terminal nu får besked, hvis en bus, der er på vej, er forsinket. På den måde undgår kunden, at den næste bus lige er kørt, når bussen kommer ind.

I 2014 skal FynBus:

- Indkøbe og installere udstyret i de fynske busser.
- Informere kunderne om bedre busforbindelser.

I.4 Effektivisering af faste kørsler

Regeringen, Danske Regioner og KL har gennemført en analyse af de kommunale befordringsordninger. Analysen viser, at udgifterne til de kommunale befordringsordninger vil kunne reduceres med i størrelsesordenen 430 mio. kr. årligt. De skønnede gevinster følger af lavere kørselspriser via mere effektive udbud, samt at kørslen kan tilrettelægges og planlægges bedre i trafikskaberne.

I 2014 skal FynBus:

- I samarbejde med kommunerne fastsætte mål og planer for overtagelse af faste kørsler.
- Foretage en analyse af mulige effektiviseringer i administrationen i Flextrafik som følge af implementering af selvbetjeningsløsninger

2. Bedre trafikinformation

2.1 Forbedret trafikinformation på OUH

OUH er Fyns største arbejdsplads, og samtidig genstand for tusindvis af ugentlige besøgende i form af patienter og pårørende.

I 2014 skal FynBus:

- Udvikle synlig trafikinformation på OUH, så den kollektive trafik bliver mere synlig, og nemmere for besøgende og patienter at benytte. Udviklingen af trafikinformation skal ske i tæt samarbejde med OUH, Region Syddanmark og Odense Kommune.

2.2 + 2.3 Navne på stoppesteder og forbedrede afgangstavler

For kunder der ikke er daglige passagerer i den kollektive trafik kan det være forbundet med en vis usikkerhed at stille sig ved et stoppested. For står man nu det rigtige sted og på den rigtige side af vejen i forhold til den bus, man gerne vil nå.

FynBus vil i 2014 iværksætte to initiativer, der vil gøre det betydeligt nemmere for kunderne at benytte bussen.

I 2014 skal FynBus:

- Alle afgangstavler forsynes med fuld stoppestedsoversigt for ruten, så kunden kan se præcis hvor bussen kommer fra og kører hen, og tydeligt markeret, hvor på ruten, kunden befinder sig.
- Alle stoppestedstandere forsynes med tydeligt stednavn.

2. Bedre trafikinformation

2.4 Forbedrede køreplaner på web

I 2014 får FynBus en helt ny hjemmeside. Ved næste køreplan-skifte vil FynBus gerne sikre at køreplanvisningen på hjemmesiden er optimal. Det vil sige, køreplanen skal være nem at læse og nem at printe ud. Endelig vil vi gerne sikre en automatiseret proces ved køreplanændringer, så der altid er sikkerhed, at det er fuldt opdaterede køreplaner, som kunden finder på web.

I 2014 skal FynBus:

- Udvikle system til udformning af bedre køreplaner på web.

2.5 Fynske stoppesteder

I forbindelse med FynBus' nye hjemmeside ønsker FynBus at forbedre kundens mulighed for at komme endnu tættere på nemme og brugbare informationer om bussernes ankomst og afgang.

I 2014 vil FynBus:

- Udbygge hjemmesiden med et stoppestedsbaseret trafikinformationsværktøj, hvor kunden med udgangspunkt i fx sit eget stoppested kan se bussens rute, kommende afgang, aktuel afgangstavle og lignende stoppestedsnære informationer.

3. Bedre kundeservice

3.1 Mobilbillet på Rejseplanen

Når en kunde foretager en søgning på Rejseplanen indenfor FynBus' område, skal det være muligt at købe en billet over internettet. FynBus udviklede i 2012 en mobilbillet, og teknologien bag denne muliggør en sammensmeltning mellem den og Rejseplanen.

I 2014 vil FynBus:

- Udvikle muligheden for at kunden kan købe en mobilbillet via internettet ved opslag på Rejseplanen.

3.2 Selvbetjening for Flexkørsel

I dag håndteres langt de fleste personlige bestillinger af Flexkørsel via telefonen. Det IT-system der håndterer bestilling af ture indeholder mulighed for webbestilling, så såvel institutioner, sekretærer eller sågar den enkelte kunde selv kan gå på internettet og bestille ture med Flextrafik.

I 2014 vil FynBus:

- Markedsføre allerede eksisterende løsning til webbestilling af handicapkørsel.
- Udvikle, implementere og markedsføre webbestilling af telekørsel.
- Udvikle, implementere og markedsføre selvbetjeningsløsninger til kommuner og institutioner.

3. Bedre kundeservice

3.3 Uddannelsesruter

I 2013 etablerede FynBus i samarbejde med Assens Kommune og Region Syddanmark et skræddersyet trafiktilbud til unge fra Assens til en række ungdomsuddannelser i Odense. Formålet var at sikre de uddannelsessøgende en overkommelig rejse og rejsetid til og fra uddannelse. Forsøget har været så stor en succes at der i 2014 vil blive arbejdet på at udvikle en lang række lignende uddannelsesruter mellem uddannelsesinstitutioner og udvalgte områder.

I 2014 vil FynBus:

- Etablere 32 nye uddannelsesruter på Fyn.
- Markedsføre de nye uddannelsesruter i tæt samarbejde med uddannelsesinstitutionerne.

3.4 Fælles telekørselskoncept

I slutningen af 2013 vedtog de fynske kommuner et nyt fælles telekørselskoncept. Målet er at gøre det nemmere for borgerne at benytte telekørslen ved at forenkle måden, det kan bruges på. Det er fortsat op til den enkelte kommune af definere serviceniveauet idet det fælles basis-system efter ønske fra kommunen, kan udbygges med fx en tilbringerordning for erhvervspendlere i morgen- og eftermiddagstimer.

I 2014 vil FynBus:

- Gennemføre endelige aftaler med alle kommuner .
- Implementere det fælles koncept.
- Markedsføre det nye koncept.

3. Bedre kundeservice

3.5 Effektivisering af salg i kundecentre

FynBus har etableret kundecentre i henholdsvis Odense og Svendborg, hvor kunder og borgere kan få hjælp og råd vedr. billetter og kort. I Odense har FynBus tillige en lang række kortsalgssteder, hvor man kan købe en del af FynBus' produkter. FynBus ønsker at styrke kundernes viden om FynBus' tilbud og øvrige aktiviteter.

I 2014 vil FynBus:

- Sikre at kunderne gøres opmærksomme på tiltag og aktiviteter, når de ekspederes i kundecentrene.
- Sikre at kunderne modtager god kundeservice, når de møder op.
- Sikre ensartethed og høj kvalitet i mødet med kunderne.

3.6 Grupperejsebestilling

Bornholms trafikselskab, BAT har udviklet et system, der gør det nemmere og bestille og betale for en grupperejse. Trafikselskabet har efterfølgende stillet systemet til rådighed for de øvrige trafikselskaber, der nu er i gang med at tilpasse systemet.

I 2014 skal FynBus:

- Implementere det nye system til grupperejsebestilling på FynBus.dk.
- Markedsføre den nye løsning overfor potentielle kunder, herunder foreninger og institutioner.

3. Bedre kundeservice

3.7 Kundeserviceportal

Når en kunde vil i kontakt med FynBus er der en lang række kanaler ind i organisationen. Kunden kan møde personligt op, ringe, skrive brev, skrive mail eller skriv på hjemmeside eller Facebook. Det skal være let at komme i kontakt med FynBus og samtidig skal det sikres at kunden tages seriøst og får svar.

I 2014 vil FynBus:

- Kortlægge og udvikle rutiner, der sikrer at FynBus tager kunderne seriøst, herunder at alle input opsamles, håndteres og besvares.
- Forbedre kundens møde med FynBus.

4. Målrettet markedsføring

4.1 Selvhjælp til seniorkunder

FynBus er gået sammen med Sydtrafik og Movia om at udvikle et fælles koncept for markedsføring af den kollektive trafiks digitale løsninger til seniorkunder, idet trafikselskaberne ønsker at ruste den ældre del af befolkningen til den øgede digitalisering og dels for at sikre, at vi ikke forpasser chancen for at markedsføre den kollektive trafik overfor en stødt stigende ældregruppe.

I 2014 vil FynBus:

- Gennemføre foredrag/undervisning af ældre medborgere i regi af pensionistforeninger på Fyn og øer.
- Uddanne vores kommunale samarbejdspartnere på borger-servicecentre, biblioteker og lignende i at formidle kollektiv trafik til den ældre befolkningsgruppe.
- Uddanne ældre medborgere i at undervise andre ældre medborgere i regi af fx de kommunale datastuer.

4.2 Markedsføringsplan 2014

FynBus har de sidste fire år gennemført en lang række markedsføringstiltag rettet mod såvel nye som eksisterende kunder. Hvert år er indsatsen blevet beskrevet i en markedsføringsplan og gennemført efter denne plan, der beskriver kampagner og indsatser i årets 12 måneder.

I 2014 vil FynBus:

- Udarbejde en markedsføringsplan for 2014
- Gennemføre en lang række markedsføringsaktiviteter rettet mod udvalgte områder eller befolkningsgrupper på baggrund af markedsanalyser, der er udarbejdet af FynBus planafdeling.

4. Målrettet markedsføring

4.3 Markedsføring af telekørsel

I takt med udmøntningen af det nye fynske telekørselskoncept skal tilbuddet markedsføres overfor befolkningen i de enkelte kommuner, så det sikres, at så mange som muligt får kendskab til den nye ordning.

I 2014 vil FynBus:

- I samarbejde med kommunerne udvikle og planlægge en markedsføringsindsats, der skal udbrede kendskab til telekørsel.
- I samarbejde med lokalråd, borgerforening og pensionistforeninger gennemføre en bred markedsføring, der skal sikre at så mange som muligt får kendskab til de fælles fynske telekørsels-løsninger.