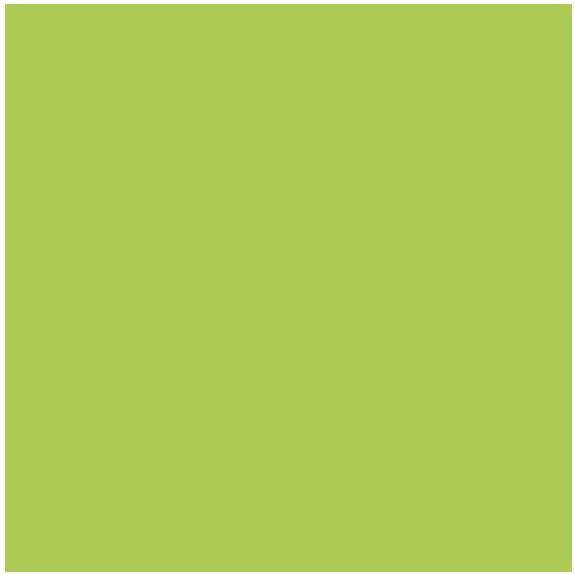
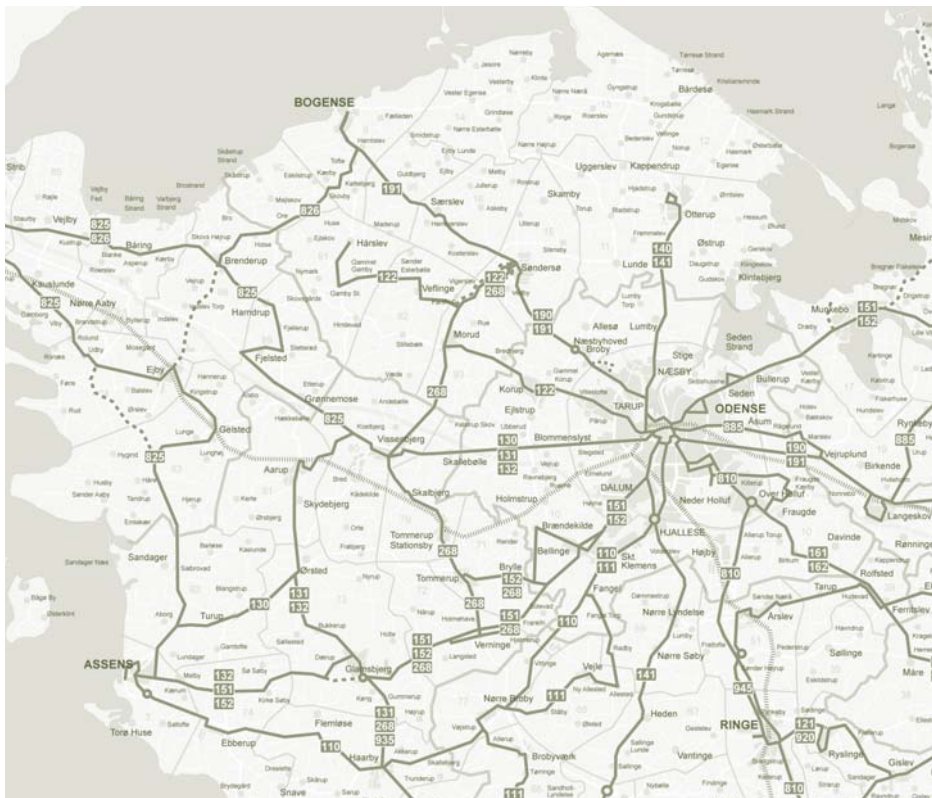
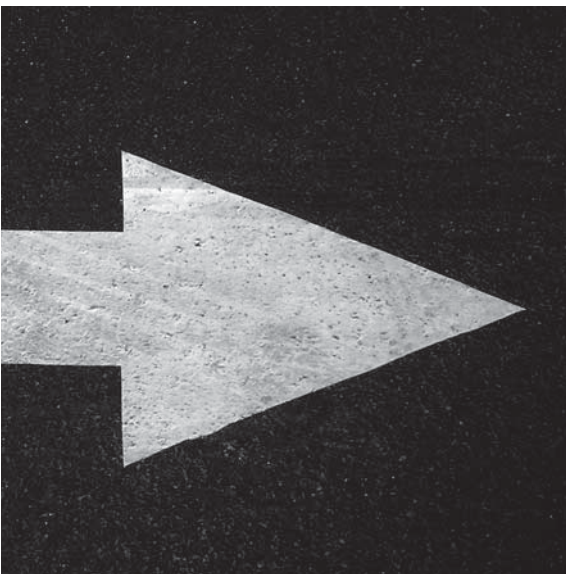




FYNBUS 2011 | ÅRSBERETNING



FORORD

Historien om FynBus i 2011 er historien om, hvordan tingene begyndte at lykkes. Ovenpå en række turbulente år med mange forandringer og tilpasninger, blev 2011 et stabilt år med fokus på sikker drift, trafikinformation og dialog.

2010 bød som bekendt på en større omlægning af den kollektive bustrafik, men ved starten af 2011 var forandringerne implementeret, og FynBus kunne begynde at arbejde målrettet med tiltag rettet mod nye kunder. Ved indgangen til 2011 var opfattelsen den, at det trafiksystem der nu fandtes, var det system, som grundlæggende set skulle betjene borgerne i mange år ud i fremtiden. Herefter gjaldt det om at sikre, at alt fungerede, at få lokaliseret eventuelle problemer og løst dem, og få fortalt nuværende og kommende kunder om, hvordan det hele hang sammen, og hvordan det skulle bruges.

Derfor kom indsatserne i 2011 til, dels at handle om fokus på sikker drift, altså det faktum at busserne kørte og afgik til tiden, og dels på formidling af køreplaner og produkter. Nøglen til sikker drift blev viden gennem dialog. Viden fra chaufførerne og fra kunderne. Viden om, hvad der fungerede og ikke fungerede, hvad der kunne gøres bedre, men også viden om det, der virkede, som var tilfredsstillende og som kunderne, godt kunne lide.

Parallelt hermed iværksatte FynBus en lang række aktiviteter, der alle havde til formål at øge kendskabet til trafiktilbuddet på Fyn og øer, samt at øge kundernes kendskab til de FynBus' billet-produkter og -løsninger.

I 2011 fik FynBus for alvor vristet sig ud af den negative imagespiral, som havde omgærdet den kollektive bustrafik på Fyn og øer. Dårlige historier i pressen blev afløst af gode, den generelle kundetilfredshed blev væsentligt forbedret og endelig indledte FynBus en mere offensiv kundestrategi, da trafikskabet etablerede sig på Facebook i september 2012.

Ved årets start satte FynBus sig et ambitiøst mål om at øge antallet af kunder med 2,4 % i løbet af 2011. Ved årets udgang kunne FynBus konstatere at målet var så godt som nået. 2011 var et positivt år for den kollektive bustrafik på Fyn og øer, og skinnerne var lagt ud for et mindst lige så spændende 2012.

Formand Torben Andersen
Direktør Carsten Hyldborg Jensen

INDHOLD

- 04: FYNBUSFAKTA
- 06: FYNBUSHØJDEPUNKTER I 2011
- 08: KVIKT AT REJSE MED KVIKKORT
- 10: BEDRE DIALOG = BEDRE KØREPLANER
- 12: KAN MAN "SYNES GODT OM" SIT TRAFIKSELSKAB?
- 16: CHAUFFØREN ER AMBASSADØREN
- 18: BONUS FOR ØGET KUNDETILFREDSHED
- 21: VIDSTE DU...?
- 22: MEGET MERE END BARE BUSSE
- 24: FYNBUS QLIKKER SIG TIL BEDRE KØREPLANER
- 25: SUMMA SUMMARUM
- 26: FREM MOD 2012

FYNBUSFAKTA

FynBus planlægger buskørsel for Region Syddanmark og de 10 kommuner på Fyn, Langeland og Ærø. Fyn-Bus rådgiver ejerne om, hvordan buskørslen kan plan-lægges bedst muligt og laver herefter køreplanerne.

Regionen og kommunerne bestiller de ruter, de øn-sker hos FynBus. Passagerindtægterne dækker en del af den samlede udgift, og den ejer, der har bestilt en rute, betaler resten af udgifterne.

Selve buskørslen sendes i udbud blandt private bus-entreprenører. Den entreprenør, der vinder et udbud, udfører kørslen med sine egne busser og chauffører.

Ud over buskørsel koordinerer FynBus også kørsel for svært bevægelseshæmmede, der har brug for at blive hentet og bragt, eventuelt med kørestole eller andre hjælpemidler (SBH-kørsel), samt specialskolekørsel og telekørsel.

Organisationen omfatter også Odense Bybusser, en lille del af bybusserne i Odense, som er et driftssel-skab, der ejes af FynBus.

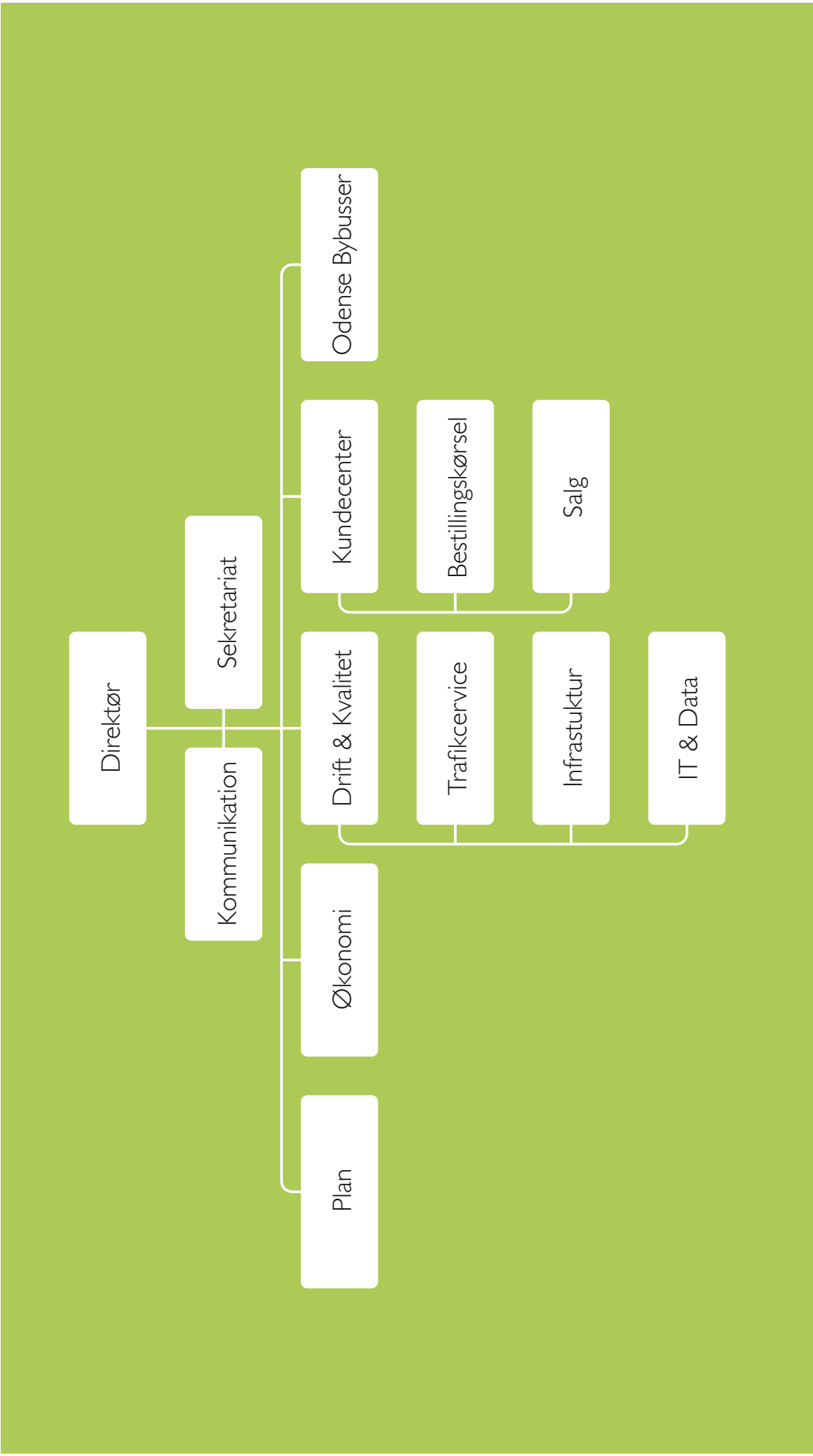
ORGANISATIONEN

Trafikselskabet FynBus blev oprettet den 1. januar 2007 i henhold til lov om trafikselskaber og ejes af Region Syddanmark og de 10 fynske kommuner. Den daglige ledelse varetages af FynBus’ administration, mens den overordnede politiske bestyrelse består af syv repræ-sentanter fra kommunerne og 2 repræsentanter fra Region Syddanmark. Der er desuden 3 suppleanter.

BESTYRELSEN 2011:

- Formand Torben Andersen (SF) - Kerteminde Kommune
Næstformand Lasse Krull (C) - Region Syddanmark
William Jensen (A) - Region Syddanmark
Kasper Westh (SF) - Odense Kommune
Niels Bebe (V) - Middelfart Kommune
Lars Kristian Pedersen (V) - Assens Kommune
Bruno Hansen (SF) - Svendborg Kommune
Niels Peter Ellegaard (A) - Faaborg - Midtfyn Kommune
Peter Jordhøj (A) - Nyborg Kommune
1. suppleant, Kim Johansen (A) - Nordfyns Kommune
2. suppleant, Bjarne Møller Petersen (V) - Langeland Kommune
3. suppleant, Jens Groth-Lauritsen (V) - Ærø Kommune

ORGANISATIONSDIAGRAM:



FYNBUS HØJDEPUNKTER I 2011

Borgerhøring 1 Svendborg

I forbindelse med en helt ny trafikplan i Svendborg Kommune blev borgerne i første omgang spurgt om deres ønske til den kommende kollektive trafik.

Åbning af Svendborg Kundecenter

FynBus ville gerne tættere på kunderne på Sydfyn, og derfor besluttede man at åbne et kundecenter i Svendborg, så man nu gav de sydfynske kunder den samme service som der findes i Odense.

Kampagne for 10+2.

En målrettet kampagne blev iværksat for at få faste kunder med periodekort over på den automatiske fornyelse 10+2. Ved at vælge denne løsning sparer kunderne 3 % oveni den rabat som allerede er på periodekortet, samt at de får 2 måneders "gratis" buskort.

Borgerhøring Odense

Med udsigt til at Odense Kommune skulle spare x millioner, og et forslag om at fjerne Servicebusserne, blev de kommende planer sendt i høring hos Odenses borgere.

JANUAR

FEBRUAR

MARTS

APRIL

MAY

JUNI

Køreplansskift på regionalnettet

Relancering af Busalarm

Et tilbud til kunderne om at få en sms, hvis deres bus er mere end 10 minutter forsinket blev relanceret. Og på blot 4 dage gik antallet af tilmeldte fra 2.500 til 4.100.

Print-selv-løsning

Bestil – betal – print – rejs. En løsning, som nu gør det muligt for kunderne selv at printe deres kvittering til deres buskort.

Borgerhøring Middelfart

På grund af den ændrede skolestruktur, som skulle træde i kraft i august blev de kommende køreplaner sendt i høring blandt Middelfarts borgere for at sikre et godt og sikkert tilbud om kollektiv trafik.

810'eren

Region Syddanmark beslutter at lade forsøget med rute 810 fortsætte frem til sommeren 2012.

Borgerhøring Nyborg

På grund af den ændrede skolestruktur, som skulle træde i kraft i august blev de kommende køreplaner sendt i høring blandt Nyborgs borgere for at sikre et godt og sikkert tilbud om kollektiv trafik.

Odense

Køreplansskift Odense med bl.a. nedlæggelse af s-busserne

Ny gratis Citybus

Den gratis Citybus i Odense realiseres

FynBus på Facebook

FynBus ønsker at være, hvor kunderne er. Derfor beslutter man i september at gå på Facebook.

Borgerhøring 2 Svendborg

Konkrete ruteudkast og køreplaner sendt i høring.

Gratis valgbus

FynBus' bestyrelse beslutter, at man ved fremvisning af sit valgkort kan komme gratis med bussen til sit valgsted.

OK-aktion

FynBus besøger Kvickly i Otterup en lørdag formiddag for at høre, hvad folk mener om kollektiv trafik. Aktionen er en test på en central del af markedsføringsindsatsen for 2012.

Nye skærme på OBC

I et forsøg på at løfte informationsniveauet på OBC og hjælpe kunderne til at finde deres bus blev der etableret nye informationsskærme inde i OBC og i terminalen.

JULI

AUGUST

SEPTEMBER

OKTOBER

NOVEMBER

DECEMBER

Køreplansskift på de lokale ruter

Odense 10 kr.

Odense Kommune beslutter at lade forsøget med Odense 10 kr. fortsætte

Opstart af chaufførcertificering

Med et ønske om at dygtiggøre chaufførgruppen, starter man et certificeringsprogram, som alle chauffører på sigt skal igennem.

100 års jubilæum

Kolletov trafik på Fyn kan fejre 100 års jubilæum

Vores FynBus

Som en del af certificeringsprogrammet bliver Vores FynBus oprettet. Vores FynBus er et online certificeringsprogram.

Siddende patientbefordring

Midttrafik, Sydtrafik og FynBus offentliggør det samlede udbud for den kommende kørsel med Siddende Patientbefordring.

KVIKT AT REJSE MED KVIKKORT

En stor del af FynBus' kunder benytter sig fortsat af enkeltbilletter, når de foretager sporadiske rejser med bussen, men med introduktionen af det efterbetalte kort - KVIKkortet – i 2009 er det nu blevet billigere og nemmere for lejlighedsrejsende at køre med FynBus.

KVIKkortet er den billigste billettype for de kunder, der tager bussen af og til. Derfor har FynBus også lavet flere målrettede markedsføringsindsatser for at få fynboerne til at anskaffe sig et KVIKkort. Formålet har været at fortælle, hvor nemt og billigt det er at rejse med et KVIKkort. Man sparer penge, og man skal ikke have penge på sig.

Spar 30 % med et KVIKkort

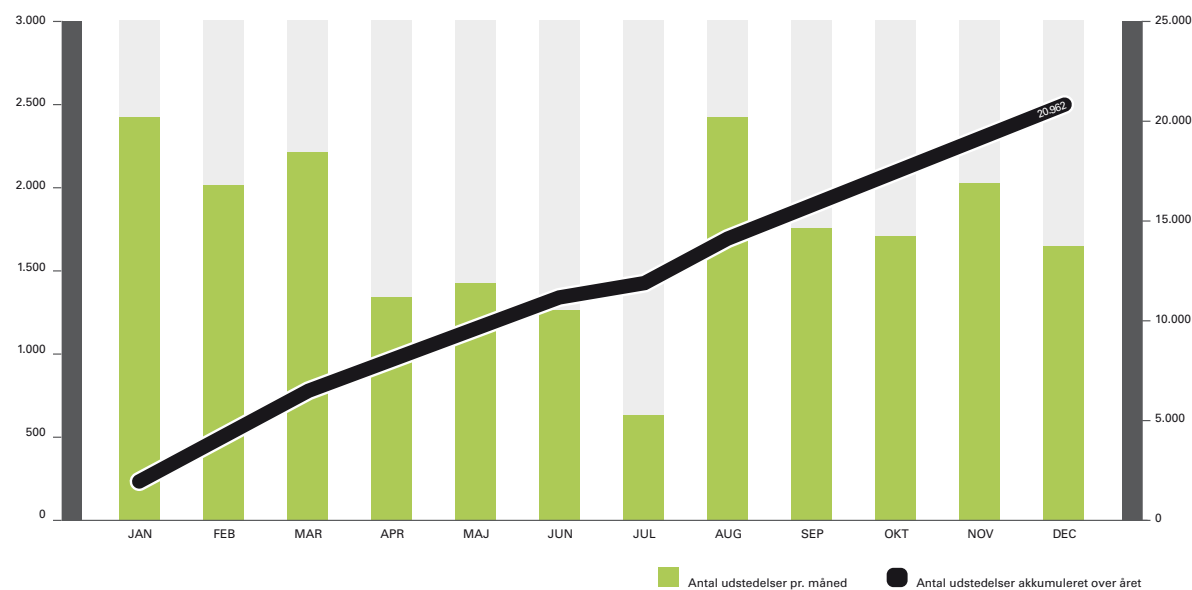
I forbindelse med KVIKkort-kampagnen i 2011 har chaufførerne spillet en vigtig rolle. FynBus fik lavet nogle små foldere, som chaufførerne kunne dele ud til alle kontantbetalende kunder, og det blev positivt modtaget af både chauffører og kunder. For at understøtte chaufførernes uddeling af KVIKkort blev der også lavet film til de elektroniske infoskærme i busserne, reklame i radio og tv, samt en særlig indsats på FynBus' hjemmeside.

Specielt kampagnerne i januar måned var en stor succes og gav stort udslag i antallet af udstedte KVIKkort.

Endnu KVIKkere i Odense

Odense Kommune besluttede i 2010 at lave en særlig forsøgsordning med KVIKkortet, således at Odenseborgere kan få en 2-zoners rejse med et KVIKkort for 10 kr. for voksne og 5 kr. for børn. Forsøget skal afgøre, om man kan få flere passagerer i busserne ved at sætte priserne kraftigt ned. I august 2011 besluttede Odense Kommune at forlænge takstforsøget med yderligere 2 år. I forbindelse med denne beslutning lavede FynBus en ekstra indsats i Odense for at gøre opmærksom på, at man fortsat kunne køre billigt med bussen. I Odense Kommune var der ved udgangen af 2011 udstedt ca. 22.500 KVIKkort over hele forsøgsperioden.

Udstedte KVIKkort FynBus



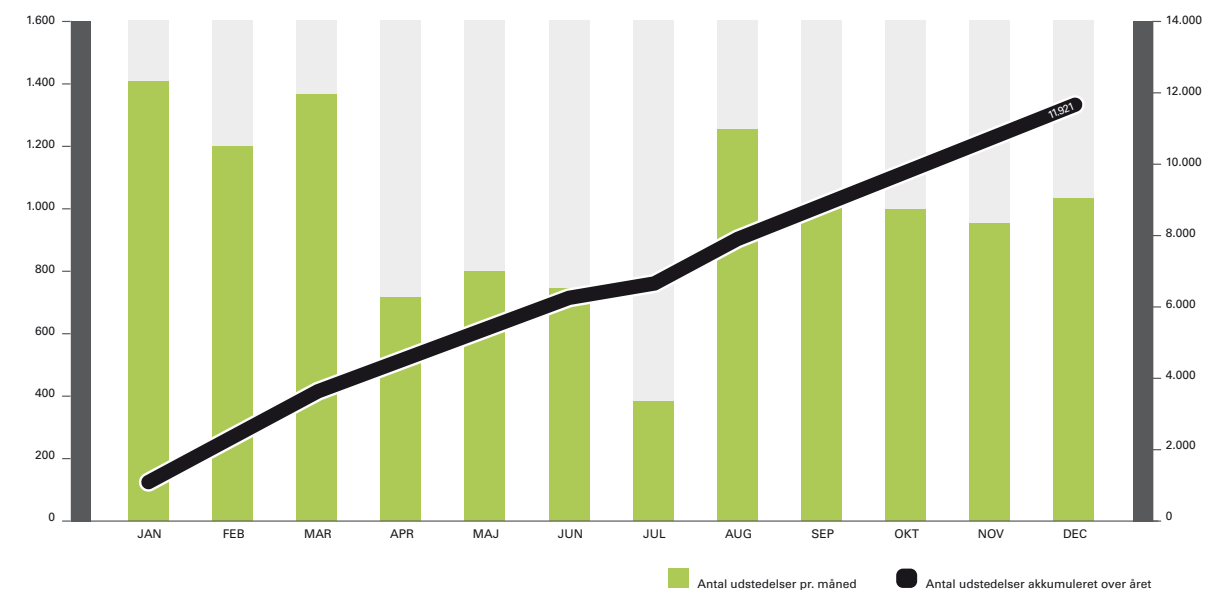
I forsøgsperioden er passagertallet steget med ca. 13.000 og antallet af rejser på KVIKkort er vokset til knap 570.000 rejser. Da der er et næsten tilsvarende fald i brugen af andre billetprodukter, som samtidigt, for nogles vedkommende, er dyrere, har der været en indtægtsnedgang på ca. 1,8 mio. kr. svarende til ca. 2,7 % efter forsøgsperiodens første år.

Det er FynBus' vurdering, at hvis Odense Kommune ikke havde iværksat KVIKkort 10 kr., ville der have været en nedgang i antallet af passagerer. FynBus anslår, at værdien heraf udgør ca. 300.000 – 400.000 kr. og netto indtægtstab er således ca. 1,5 mio. kr. FynBus' foreløbige konklusion på de økonomiske konsekvenser af prisreduktionen er derfor, at forsøget giver et økonomisk tab på billetindtægterne på ca. 2 procent.

Glade KVIKkunder

KVIKkortet er blevet godt modtaget af kunderne, og kundetilfredshedsundersøgelsen, der blev gennemført foråret 2011 viser, at 96 procent af KVIKkort brugerne er tilfredse med produktet. Endvidere viser undersøgelsen, at 68 procent af brugerne rejser oftere efter de har fået et KVIKkort.

Udstedte KVIKkort i Odense Kommune



BEDRE DIALOG

BEDRE KØREPLANER

Portrætter af kunder og fortællinger om deres rejser pryder forsiden på de nuværende køreplaner, og det giver et rigtigt godt billede af, hvor FynBus har haft sit fokus i 2011. For FynBus har en rigtig god fornemmelse af, hvem kunderne er, og hvordan de bruger bussen. En nødvendig viden, som FynBus har opnået blandt andet ved at lytte og derved lære.

Overordnet set har FynBus lyttet rigtig meget i 2011. Ikke kun til kunderne, men også til chaufførerne og ejerne. Formålet har været at blive bedre til det FynBus gør, og her har det været naturligt at inddrage alle interessenter. Så først har FynBus og derefter har vi reageret på bedste vis.

Borgerne med på råd

Med en række besparelser på kollektiv trafik i Odense Kommune, et helt nyt bussystem i Svendborg, og ikke mindst ny skolestruktur i en lang række kommuner på Fyn betød, at FynBus for alvor kunne inddrage kunderne og chaufførerne og derved drage nytte af de mange inputs, som vi modtog. Fælles for alle eksempler er, at det kun med hjælp fra borgere og chauffører er realistisk at gennemføre store forandringer uden væsentlige problemer. Borger- og chaufførinddragelse bliver dog ikke kun brugt i forbindelse med store ændringer i den kollektive trafik, men FynBus har efterhånden opbygget en lang række muligheder for kunder og chauffører at være med til at påvirke den kollektive trafik.

Borgerhøringer

FynBus har siden den store omlægning af de regionale ruter i 2010 arbejdet målrettet med at inddrage brugerne af den kollektive trafik i køreplanlægningen

og kvalitetsarbejdet. Tusindvis af borgere gav deres mening til kende om FynBus' udkast til det nye regionale rutenet, og det førte til mange og justeringer i køreplanerne og oprettelsen af forsøgsruten 810P, der nu ser ud til at blive en permanent rute.

Inddragelsen af borgerne kræver en del ressourcer, men de mange input er også meget værdifulde for trafikplanlæggerne. Kundernes synsvinkel giver en mere nuanceret forståelse for brugernes behov, og det store antal øjne på køreplanerne fanger flere detaljer end organisationen selv ville kunne. Selvom vi kalder trafiktilbuddet for kollektivt, er det i virkeligheden en stor samling af individuelle behov, som skal tilgodeses til glæde for flertallet. Mange ønsker kan ikke opfyldes, men ofte kan en lille justering gøre en stor forskel for nogle få.

Daglig mulighed for meningsudveksling

Efter omlægningen af det regionale rutenet, så FynBus den helt klare fordel ved at have en løbende dialog med kunderne. Derfor blev muligheden for at komme med ønsker til de enkelte ruter gjort permanent. Man kan kommentere på alle ruter på FynBus' website. Nogle kommentarer fører til umiddelbare ændringer af ruter og afgang, mens andre bliver taget med i det videre arbejde med kommende køreplaner.

I 2011 HAR FYNBUS BENYTTET HØRINGSREDSKABET I FORBINDELSE MED FLERE ÆNDRINGER:

Odense Kommune:

I Odense hjalp over 200 kommentarer med at belyse, hvordan man kunne lukke nogle af de huller der opstod, når servicebusruterne skulle nedlægges. Det førte blandt andet til oprettelsen af en helt ny rute 11, så flere af byens kvarterer beholdt deres forbindelse til fx indkøbsmuligheder.

Faaborg-Midtfyn Kommune:

I Faaborg-Midtfyn skulle lokalruterne tænkes om, da kommunen lavede store ændringer i skolestrukturen. Mange forældre gav deres besyv med, og det betød at køreplanerne kunne justeres, så flere elever kunne komme sikkert i skole.

Svendborg Kommune:

Svendborg skal i august 2012 have et helt nyt busnet, og her har FynBus også spurgt om borgernes meninger. Først med en indledende idéindsamling i starten af 2011, og en høring af udkast til rutenet og køreplaner i efteråret. Over 300 kommentarer førte også til større ændringer i det oprindelige forslag, blandt andet ekstra ruter, ruteomlægninger og en forbedret telekørselsordning.



KAN MAN "SYNES GODT OM" SIT TRAFIKSELSKAB? OVER 3500 MENER, AT DET KAN MAN DA GODT.

I forlængelse af FynBus' arbejde med borgerinvolvement fulgte en selvstændig profil på Facebook. FynBus gjorde sig mange overvejelser i forbindelse med at etablere en side på Facebook, hvor vi kunne komme i dialog med kunderne. FynBus har allerede erfaringer med at få borgerne til at involvere sig, når der sker ændringer i køreplanerne, hvilket har vist sig at være rigtig positivt. Formålet med at være til stede på Facebook var at gå skridtet videre – kunderne skal opleve at FynBus er til stede, hvor de er – og at der bliver lyttet! Både til positive og negative indlæg. FynBus ville tilbyde kundeservice på Facebook og på den måde ramme de kunder, som måske ikke normalt deler deres oplevelser med os. Derudover viste vores kundetilfredshedsundersøgelser, at den yngre kundegruppe (16 – 25-årige) er dem, der er mindst tilfredse med FynBus. Så det var den gruppe, vi primært ville nå.

Forberedelse

Når man vælger at være til stede på Facebook indebærer det mange overvejelser, og det kræver fra starten, at organisationen er indstillet på og gearet til at gå på Facebook. Personer, der benytter sig af Facebook-mediet, har nogle andre forventninger til virksomhedens håndtering af henvendelser end dem der sender en mail. Facebook-mediet er et hurtigt og foranderligt medie, der er tilgængeligt for alle, der har adgang til nettet. Alle kan se en Facebook-side, men for at indgå i dialogen skal man oprette en gratis Facebook-profil. Og i takt med udbredelsen af smartphones er det ble-

vet nemmere og nemmere at komme på Facebook og ytre sig. Det stiller krav til organisationens responstid, og at man laver en forventningsafstemning på dette område, både internt i organisationen og eksternt med kunderne. FynBus har valgt, at vi primært besvarer henvendelser i tidsrummet 8 – 16 i hverdagene, og at vi bestræber os på at give et svar inden for 24 timer. Det er en relativ kort svartid, især inden for det offentlige, men Facebook-kunderne forventer som sagt et svar rimelig hurtigt. Kunderne får som udgangspunkt hurtigt svar, medmindre at henvendelsen kræver en undersøgelse inden vi kan svare korrekt.

Inden FynBus gik i luften med en Facebook-side, blev der også gjort overvejelser omkring hvilke slags henvendelser vi kunne forvente, og hvordan de skulle håndteres internt i organisationen. Der blev således udarbejdet en oversigt over processen for de forskellige type henvendelser. Forberedelsen indebar også information til relevante målgrupper, bl.a. kollegaerne, entreprenørerne og deres chauffører samt ERFA-medlemmerne og det politiske bagland generelt. For FynBus var det vigtigt at fortælle om tiltaget, hvorfor vi valgte at gå på Facebook og hvordan vi ville håndtere det. Især det sidste var vigtigt for os at dele med vores interessenter, fordi vi var forberedte på, at nogle af henvendelserne kunne have negativt indhold og være en egentlig klage. Derfor var det vigtigt at få orienteret interessenterne om, at vi ikke havde i sinde at lave klagebehandling på siden, men i stedet opfordrer kunderne til følge den normale klageprocedure, og da



Facebook er et svært medie at kontrollere ville vi sikre os, at vores interessenter kendte til dette standpunkt, så vi kunne undgå uheldige situationer, hvor en kunde fx klager over en chauffør og chaufføren eller kollegaer til denne involverede sig i debatten.

Hvordan får man så overbevist folk om, at de skal "synes om" FynBus på Facebook?

Som medarbejder kan man sagtens selv se, hvad man kan tilbyde sine kunder, men kan kun-derne også se det, især når man er inden for den kollektive trafik? Og hvordan skal man gøre dem opmærksom på, at man har noget at tilbyde? FynBus ville tilbyde kundeservice, men erfaringer viser, at folk ikke tiltrækkes af en side, der bruger kundeservice som salgsargument, medmindre de står i en situation, hvor kundeservicen er relevant. Derfor valgte vi en anderledes måde at gøre Fynboerne opmærksomme på, at FynBus var gået på Facebook, nemlig ved at lokke folk ind på siden ved hjælp af konkurrencer i en begrænset tidsperiode. Det drejer sig om konkurrencer, hvor man kan vinde buskort eller gavekort på 200 kr. til fx biografen og indkøbscentret. Men konkurrenceelementet har tilsyneladende ikke været den eneste årsag til, at folk har været inde på siden og "synes godt om" som det hedder på Facebook. Den første uge har således kun under halvdelen af personerne deltaget i konkurrencen. Antallet af deltagere i vores ugentlige konkurrence er faldende, hvilket indikerer at man ikke kun synes godt om siden pga. konkurrencen.

Gennem konkurrenceelementet har vi fået en del af vores "fans" ind på siden, men derudover har vi en tro på, at folk rent faktisk har manglet et sted, hvor de kunne dele deres oplevelser med os og andre brugere uden at det kræver en mail. Også "her&nu"-elementet, som Facebook-mediet understøtter, har været vigtigt for folk – at de i situationen hvor de oplever noget, som de mener, vi skal have kendskab til, kan dele det med os. På den måde er Facebook mere uforpligtende end mails eller særlige portaler, hvor man kan komme med konkrete ønsker og forslag. Derfor er det også vores oplevelse, at folk har været meget positive, når de har været inde og dele en oplevelse – hvad enten den er positiv eller negativ – og de så får et svar- også selvom det "blot" er en "tak for din henvendelse. Vi undersøger din henvendelse og vender tilbage".

Nu er konkurrenceelementet kun en enkelt af de mange muligheder Facebook-universet tilbyder, og den største respons vi har oplevet, er når vi har bedt om hjælp til fx et nyt navn til kortsalgstederne. FynBus bruger muligheden for at lave statusopdateringer, når der er informationer, der vurderes at være relevante for størstedelen af vores "fanskare", som fx når nye køreplaner er tilgængelige på hjemmesiden eller meddelelser om takstændringer. Vi oplever en stor involvering i statusopdateringerne, og det giver muligheden for at komme i dialog med kunderne på et mere personligt plan.

FIND FYNBUS PÅ FACEBOOK: FACEBOOK.COM/MINFYNBUS

Dialogen på siden

Et af formålene med at være til stede på Facebook er at komme i dialog med kunderne og en glædelig sidegevinst er, når kunderne begynder at hjælpe hinanden. Efterhånden som indlæggene fra kunder drejer sig om samme tematik, begynder andre kunder at svare på henvendelserne, hvilket er med til at mindske presset på virksomheden. Begynder kunderne at hjælpe hinanden ændrer virksomhedens rolle sig fra at være svarer til at være overvåger i stedet. Virksomheden kan så i mange tilfælde nøjes med at følge med i debatten fra sidelinjen og kun skride ind, hvis tonen ændrer sig drastisk eller der gives forkerte oplysninger.

Tonen har været overraskende positiv på siden. Overraskende fordi den overvejende del af kundernes henvendelser primært har drejet sig om forsinkelser og spørgsmål til køreplanerne, emner som vi af erfaringer godt ved kan få sindene i kog. Vi har dog oplevet indlæg, hvor frustrationerne har styret formuleringerne, og selvom kunden i sit indlæg udtrykker sin utilfredshed, så er reaktionen dog positiv når vi svarer. Det kan til dels skyldes, at kunden måske slet ikke forventer et svar, men har brug for at få afløb, og til dels at man er glad for, at der bliver lyttet.

Når man åbner op for dialog på et medie som Facebook, så skal man være klar til at takle mange forskellige slags henvendelser, og man skal kunne tage imod

kritik – og svare på den. Selvfølgelig er det sjovest at få positive indlæg, men folk har en tendens til at man særligt deler de dårlige oplevelser. I stedet for at opfatte det som noget negativt skal man se det som en mulighed for at få sat lup på de områder, hvor kunderne ønsker forbedringer – og det er en næsten gratis måde at få lavet en evaluering af virksomheden, som kunderne ser den!

Fremtiden for FynBus på Facebook

De første par måneder på Facebook har været spændende og udfordrende, og nogle henvendelser har krævet drøftelser på lederniveau, før kunderne kunne svares. Alt i alt føler vi, at det har været det rigtige for os at gå på Facebook og på den måde få en ny kundegruppe i dialog. Vi har som håbet fået især et yngre kundesegment i tale.

Mens fase 1 primært fokuserede på erhvervelse af fans, går vi nu ind i fase 2 hvor vi skal til at fokusere på at bruge de fans, vi har fået. Vi vil fortsætte med at lytte og svare til kunderne, men også involvere kunderne mere i udviklingsarbejde. Det kommer blandt andet til at ske ved at lave afstemninger omkring mulige attraktioner som FynBus skal lave særlige billetter til. Vi vil lave mini-spørgeskemaer, erhverve kunder til fokusgrupper og lignende. På den måde oplever kunderne, at vi er interesserede i dem og deres oplevelser.



Synspunkt end som noget du forventede et svar på :-)

Mvh Anita, FynBus
20. februar kl. 05:08

Peter Kristensen Fair nok :) Det kunne nu ellers være interessant at høre jeres holdning, selvom det kan være svært :)
20. februar kl. 06:29

Simone Boisen
17. februar i nærheden af Odense 📍

Stakkels chauffør i bus 191 .. Det lyder til at det hviner rigtig meget i bremserne.. Det er 20.30 ved benediktsgade mod Nyborg ..

Simone Boisen Og infokærm virker heller ikke for 17. februar kl. 11:34 siden via mobil

FynBus Hej Simone.

Tak for din henvendelse. Jeg sender den videre til vores Drift- og Kvalitetsafdeling.

Mvh Anita, FynBus
20. februar kl. 02:52

Emma Katrine DarkLioness Jeppesen
17. februar 📍

Super-hurtig respons på mail-klage! Tak :D

Synes godt om · Tilføj kommentar

FynBus og Peter Kristensen synes godt om dette.

Kent B. Andersen Wauw. Så har de da godt nok taget sig sammen! 1 august 2008, hvor de lavede det hele om, der var en bus 40 minutter forsinket. Hvilket betød jeg sad i bus i 1 time og 40 minutter, og kom 30 minutter for sent i skole :) Jeg sagde til mine ka...Vis mere
20. februar kl. 03:59

Emma Katrine DarkLioness Jeppesen Men de er blevet bedre siden ^^ Det er jo alligevel 3½ år siden :p Synes forsinkelserne var færre men værre dengang; nu er de flere og regelmæssige.
20. februar kl. 05:20

Maiken de Place
16. februar 📍

Jeg har nu forgæves prøvet at få rejseplanen på jeres hjemmeside til at fungere. Er den "gået ned"? ... Der sker absolut ingen ting!!!

Synes godt om · Tilføj kommentar

Karin Stougaard Nielsen synes godt om dette.

FynBus Hej Maiken.

Jeg har lige selv prøvet og har ingen problemer. Du kan evt. prøve Rejseplanens egen side. Det er www.rejseplanen.dk

Skriv igen, hvis du stadig oplever problemer, så må vi se om vi kan finde ud af hvad der sker.

Mvh Anita, FynBus

Rejseplanen
www.rejseplanen.dk

16. februar kl. 01:18

Maiken de Place Tak Anita, jeg har fundet rejseplanen, der virker fint :-)
16. februar kl. 01:33 · 📍 1

Emma Katrine DarkLioness Jeppesen
15. februar 📍

Fandt lige en veteranbus på google maps :D Uh, minder! xD

Synes godt om · Tilføj kommentar · Del

FynBus synes godt om dette.

Vis alle 11 kommentarer

Thomas Kristian Nielsen der kører 2 af dem om morgen i Svendborg på rute 911 og på rute 931
23. februar kl. 15:51

...at lægge korrespondencetiden på OBC (specielt morgen & aften) til 4 minutter! :)

21. februar kl. 02:16

Michaela Storm Mange tak for det :D
21. februar kl. 03:31

Karina Setterby Henriksen
18. februar 📍

hejsa, jeg kan ikke lige hitte ud af det der kvik noget. Jeg er bosat i odense og skal 1 gang i ugen til langeskov, t/r. Hvad er billigst? er det mit 2 zoner kvik kort hvor jeg så giver 10 kr i tillæg i bussen eller mit 3 zoner?. Og de der ture man skal køre, altså 1-20 ture 21-40 ture, er det inden for en mdr eller hvordan er det??

FynBus Hej Karina.

Tak for din henvendelse. Hvad der er billigst for dig, kommer an på hvor du er henne i rabatstigen på KVIKkortet. Hvis du har brugt dit 3-zoners KVIKkort mellem 1 og 20 gange i de sidste 12 måneder, så er prisen pr. tur 20,50....Vis mere

kvikkortet.dk
www.KVIKkortet.dk

20. februar kl. 07:00

Nanna Haugaard Andersen
17. februar 📍

Super meget ros til linje 141,som kører ret godt efter planen morgen middag og aften! :) dejligt

Synes godt om · Tilføj kommentar

Inge Lautrup og 2 andre synes godt om dette.

Majbritt Pihl
17. februar 📍

Hej :-) Jeg har lige et spørgsmål. Jeg har fået et hypercard og der står alle zoner 99. Kan man så køre på det til langeland når man bor i svendborg eller hvordan? Hilsen Majbritt.

Kenneth Grønlund Pedersen du kan køre overalt på fyn med det kort så svar til dit spørgsmål er ja det kan du godt Hilsen Kenneth Grønlund Pedersen
17. februar kl. 02:44

FynBus Hej Majbritt

Med et Hypercard kan du køre gratis over hele Fyn og Langeland så meget du har lyst :)

Du kan også få rabat uden for FynBus' område - Læs evt. mere her: http://www.hypercard.dk/~link.aspx?_id=233DCE686FD64661BB0F73936D8B604C&_z=z

Vh Mikkel, FynBus.
17. februar kl. 02:46

Majbritt Pihl Jeg siger mange tak for hjælpen :-)
17. februar kl. 05:04

Britta Nielsen
15. februar 📍

Kære Fynbus ..

Jeg håber at I vil sende dette lille suk videre..

Kære Chauffører ...

Tænk lidt på jeres passagerer, når bussen er fyldt både siddende og stående. Der er absolut ingen grund til at køre som en gal, så folk rasler rundt mellem hinanden. Det er skisme ikke let at finde noget at holde fat i, når man står som sild i en tønd.

Har flere gange oplevet en knap så hyggelig tur som st...Vis mere

Synes godt om · Tilføj kommentar

Kent B. Andersen, Lillian Hansen og 2 andre synes godt om dette.

Vis alle 19 kommentarer

FynBus Kære alle.

Vi vil gerne høre fra jer, hvis I har en klage, fx over en chaufførs kørsel. Den skal sendes til os på mail (fynbus@fynbus.dk), fordi vi ikke behandler klager her på siden. Mailen skal indeholde en beskrivelse af det hændte, tidspunkt, sted (stoppested), rutenummer og retning - gerne også busnummeret. Så er vi nemlig sikre på at få den rigtige chauffør i tale.

Mvh Anita, FynBus
20. februar kl. 03:05

Britta Nielsen Anita Tak for beskrivelsen, men kender allerede rutinen med klageemails Men syntes bare desværre ikke at der

CHAUFFØREN ER AMBASSADØREN

Chaufførerne er FynBus' øjne og ører ude blandt vores kunder, og så er de vores daglige ambassadører. Vigtigst af alt så repræsenterer de en stor viden, om hvordan køreplanerne virker og hvad der rører sig blandt FynBus' kunder. Derfor har der i 2011 ikke kun være fokus på at lytte til kunderne, men også til chaufførerne. De skal involveres mere i den daglige drift og planlægning. FynBus har som med kunderne etableret flere kanaler, hvorigennem chaufførerne kan videregive deres informationer om forslag til ændringer, kapacitet og så videre.

Chaufførcertificering

FynBus lægger vægt på at chaufføren i bussen har en stor viden ikke kun om bussen, men også om FynBus' produkter, kundeservice, færdselsregler etc. Som et led i incitamentskontrakterne blev FynBus i 2011 givet et tilskud til hjælp til certificeringsprogram, som skulle hjælpe chaufførerne med at højne deres viden om deres job. Det drejede sig i første omgang om bybusserne i Odense og i Svendborg ved henholdsvis Odense Bybusser, Tide og Arriva.

FynBus valgte et certificeringsprogram som handler om læring, engagement og motivation, og som ikke betyder "stopprøver" for chaufførerne.

I samarbejde med A Close Shave ApS blev der oprettet en online portal, hvorigennem chaufføren skal... Der blev afholdt 1-dagskurser for samtlige chauffører, og her blev de introduceret til den nye portal "Vores FynBus".

Vores FynBus

– en anderledes måde at lære på

Uddannelse i billetprodukter, rejseregler, færdselsregler og almen viden om FynBus foregår nu ved en pc eller en tablet, når chaufføren tid. Og det hele foregår i et forum af indlæring forklædt som spil, hvor point for rigtigt svar, venlig kollegial konkurrence og måske et par biografbilletter eller en smartphone er med at motivere chaufføren til at dygtiggøre sig.

Certificeringen er inddelt i relevante kategorier, og spørgsmålene tager udgangspunkt i chaufførens hverdag, og forhåbentlig på denne måde vil chaufføren opleve motivation og engagement.

Et samarbejdsprojekt

Udviklingen af chaufførportalen er sket i tæt samarbejde med entreprenører og chauffører. Alle interessenter har været inddraget fra starten, således at produktet er 100 % skræddersyet til FynBus.

Chaufførerne har været inddraget fra starten, da den nye læringsform fjernlæring var helt ukendt, var det vigtigt at inddrag alle involverede parter fra starten, og opbakningen har været tydelig at se, og i 2012 skal certificeringen opfatte hele chaufførgruppen.

Projektet udspringer af et incitamentsprojekt, som har fået støtte af Trafikstyrelsens grønne puljer. Alle bybuschauffører i Odense og Svendborg Kommuner har i 2011 gennemgået et heldagskursus, hvor der er blevet fokuseret på FynBus, billettering og en bred introduktion til chaufførportalen. FynBus' ledelse har været til stede ved samtlige kurser, og har haft to timers seance med alle chaufførerne, for blandt andet at få sat ord på trafikskabskabets og chaufførernes fælles udfordringer, og for som en investering i en tættere relation til trafikskabskabets mange chauffører.

Fokus på chaufførerne

FynBus' fokus på chaufførinvolvering er et meget vigtigt element i trafikskabskabets strategi for flere passagerer. Baggrunden herfor er en erkendelse af, at vejen til et bedre produkt og en højere oplevet kvalitet for kunderne, går igennem chaufførerne. Derfor har netop chaufførinddragelse i forbindelse med køreplanlægning, produktudvikling og markedsføring været, og er fortsat, særdeles vigtige fokusområder. Målet er at knytte chaufførerne tættere til trafikskabskabet og sikre en hurtig gensidig kommunikation, så viden om fx kapacitetsproblemer, køretidsproblemer eller problemer med billetprodukter, hurtigt når trafikskabskabet, der skal kunne reagere prompte. Her er chaufførportalen "Vores FynBus" en vigtig spiller, for herigennem er der direkte mulighed for at kommunikere med FynBus. Der er blandt andet etableret et debatforum, som er særdeles velbesøgt. Her kan chaufførerne diskutere forskellige emner og hjælpe hinanden med løsninger. Herudover er direktør Carsten Hyldborg jævnligt inde og blogge, og også her er chaufførerne tilstede med synspunkter og gode forslag.

Bedre kommunikation

Forventningerne til chaufførportalen "Vores FynBus" er store. Når alle FynBus' chauffører, forhåbentlig i løbet af 2012, har været igennem forløbet, har FynBus fået sig en ny stærk intern kommunikationskanal. Derfor forventer FynBus da også at hele strategien vedr. chaufførkommunikation vil blive ændret, når alle pludselig har individuel adgang til seneste nyt. I dag formidler FynBus en stor del af sin viden til chaufføren via nyhedsbreve og opslag, men på sigt vil chaufførportalen kunne overtage kommunikationen og endda være mere effektiv end de ellers så målrettede og hyppige nyhedsbreve.

Fremtiden

I løbet af 2012 vil i alt ca. 850 chauffører være i gang med certificeringen. Det skulle gerne resultere i forbedret kundebehandling, en bedre uddannet chaufførgruppe og sluttelig mere tilfredse passagerer. Og så er der skabt et godt incitament for at få nye kunder ind i busserne.

BONUS FOR ØGET KUNDE- TILFREDSHED OG FLERE LOYALE PASSAGERER

Chaufførerne og entreprenørerne spiller en stor rolle i forhold til kunderne. Det er derfor vigtigt, at de har en god grund til at have fokus på kundepleje og derigennem øget passagertal.

Incitamentsaftaler

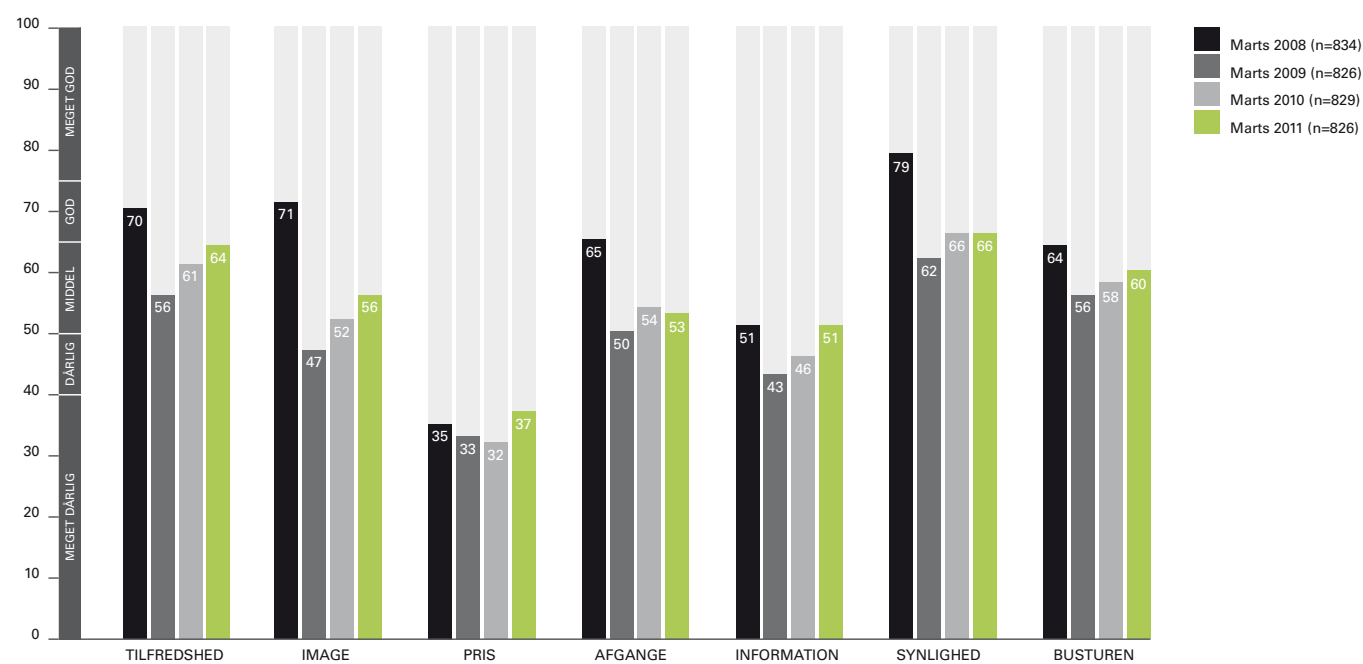
FynBus indgik i januar 2011 incitamentsaftaler med bybusserne i Odense og Svendborg samt de regionale ruter. Incitamentskontrakterne skal være med til at sikre, at der arbejdes mod fælles mål for selskaberne. Incitamentskontrakten skal hovedsagligt arbejde mod en større tilfredshed blandt passagererne, hvilket skal resultere i fastholdelse af eksisterende kunder og tiltrække flere nye passagerer. Aftalerne med Odense og Svendborg blev indgået som en del af et større projekt finansieret af Trafikstyrelsen. Aftalerne er således indgået med Tide Bus omkring bybusserne i Odense, Odense Bybusser, samt Arriva omkring de regionale ruter og bybusserne i Svendborg.

Hensigten med incitamentsaftalerne er primært at øge kundetilfredsheden og antallet af kunder, og det er også disse parameter der ligger til grund for den bonus som entreprenørerne kan opnå gennem aftalerne. I den 2 årige forsøgsperiode er succeskriteriet en vækst i kundetilfredsheden på 15 % og en vækst i passagertallet på 10 %.

Tilfredse kunder

FynBus gennemfører hvert år i marts en stor tilfredshedsundersøgelse i samarbejde med Wilke. Der bliver ligeledes lavet en mindre undersøgelse for hvert kvartal for hver af de entreprenører, der har indgået incitamentsaftaler med FynBus. De er disse tilfredsundersøgelser, der danner grund for resultaterne på incitamentsaftalerne.

Den overordnede tilfredshed med FynBus er steget siden undersøgelsen i marts 2010, og der opnås et flot samlet resultat i marts 2011. Den overordnede tilfredshed opnår en indeks score på 71 af 100 mulige. Dette er en positiv udvikling set i forhold til 2010, hvor den overordnede tilfredshed lå på 69. Dette svarer til en "god" vurdering af den samlede tilfredshed. Tilfredsheden blandt FynBus' kunder er dog stadig ikke nået samme niveau som i marts 2008 (indeksscore på 75). Dette indikerer, at der stadig er meget arbejde for FynBus i forhold til at forbedre opfattelsen af FynBus efter den negative omtale i slutningen af 2008 og starten af 2009.

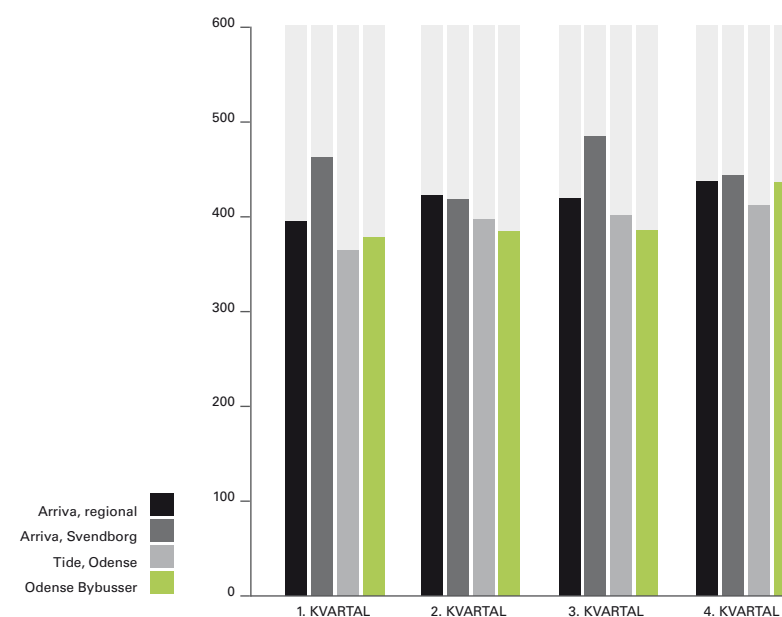


Bonus for entreprenøren

6 parametre der alle kan påvirkes direkte eller væsentligt af entreprenøren skal styrke kundetilfredsheden:

- Indeklimaet
- Indvendig rengøring
- Chaufførens kørsel
- Chaufførens kundeservice
- Bussens udvendige rengøring og vedligeholdelse
- Bussens overholdelse af køreplanen

Entreprenørerne kan opnå fra 0 til 5 bonustrin. Den samlede bonusramme for 2011 var på 3,2 mio. kr. Tilfredsheden i de udførte kundemålinger er vist i figuren. Bonustrin 1 opnås ved 372 point, mens bonustrin 5 opnås ved 420 point. Modellen indeholder muligheden for at ikke opnået bonus i et kvartal kan hentes i efterfølgende kvartaler. Det ses at der generelt er en stigende kundetilfredshed henover året, størst hos Odense Bybusser og mindst hos bybusserne i Svendborg, hvor udgangspunktet dog også var klart det højeste.



Flere passagerer

FynBus har brugt 2011 på at lytte til kunderne, chaufførerne, entreprenørerne og ejerne med håbet om flere tilfredse kunder og en øget passagervækst.

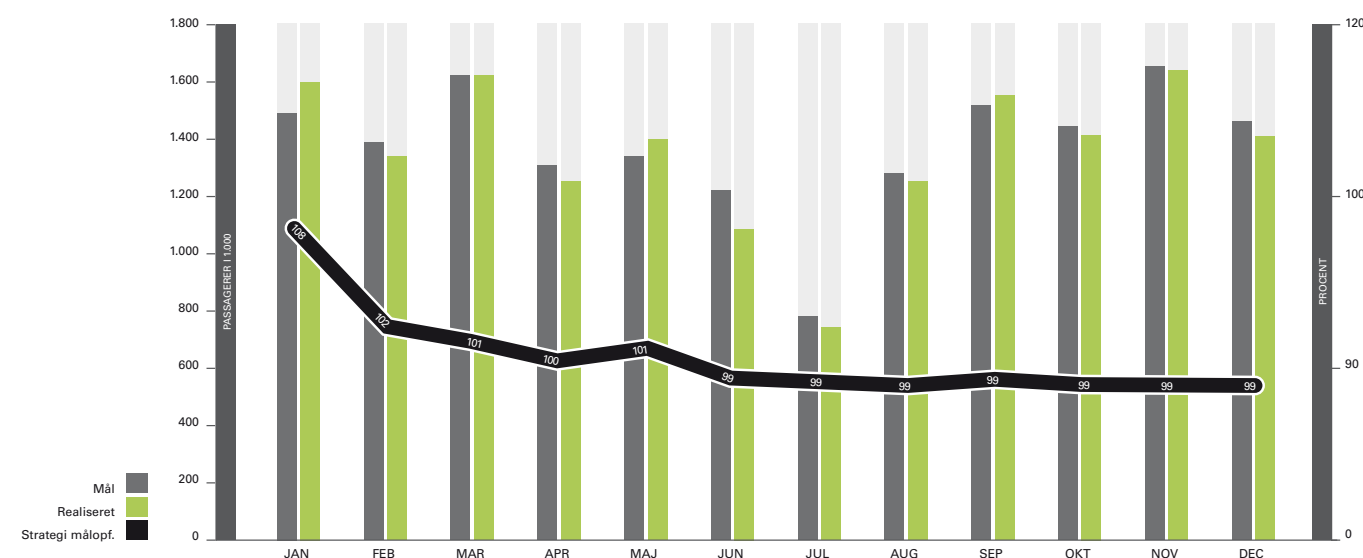
FynBus' passagerstrategi opererer med en passagervækst på 15 % for perioden 2010 til 2015 for bybusserne i Odense, de regionale ruter og de fælles kommunale ruter. Det betyder, at forventningerne til disse ruter er en årlig passagervækst på 2,4 %.

Passagerstrategien omfatter på nuværende tidspunkt ikke de øvrige kommuner. Det skyldes stor usikkerhed til omfanget af fremtidige rutenet, herunder det faktum at en stor del af passagererne udgøres af skolebørn.

Tæt på målet

I 2011 rejste 16,3 mio. passagerer med FynBus. Det er 0,2 mio. eller 1 % under strategimålet på 16,5 mio. Tallene viser, at passagertallet for:

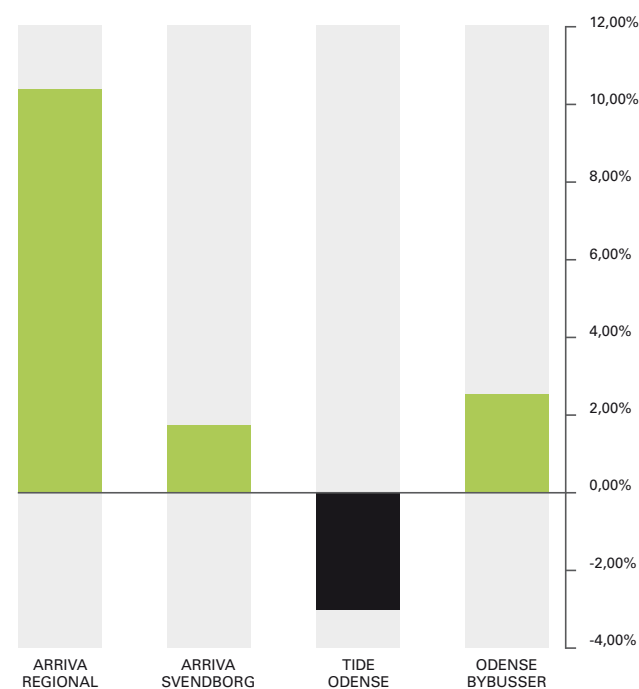
- De regionale ruter er 0,2 mio. eller 3 % over målet på 5,9 mio.
- Odense Bybusser er 0,4 mio. eller 6 % under målet på 7,4 mio.
- De fælles kommunale ruter er 0,03 eller 6 % under målet på 0,53 mio.
- De øvrige kommuner er 0,07 mio. eller 3 % over antallet for 2010 på 2,72 mio



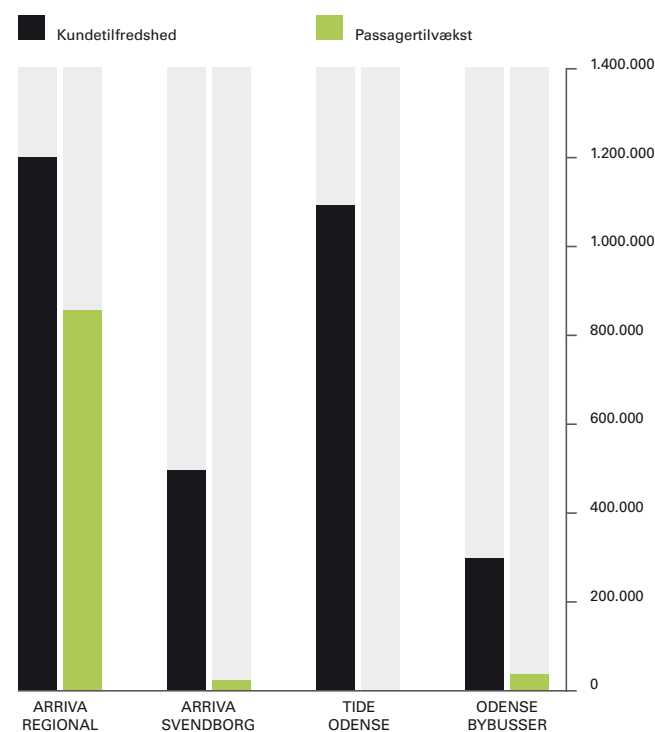
Flere passagerer - flere penge

Udover bonus for kundetilfredshed indeholder incitamentsaftalerne også mulighed for bonus ved flere passagerer. Der udbetales således op til 2 kr. pr. ekstra passager i bonus.

Den procentvise udvikling i passagertallet er vist i figur 2, hvor udviklingen i passagertallet er markant højest på de regionale ruter. Tide Bus oplever som de eneste tilbagegang på deres bybusruter i Odense.



Der er i 2011 udbetalt i alt ca. 4,0 mio. kr. i bonus. Fordelingen på de enkelte entreprenører og bonustyper er vist i figur 3. 77 % af den udbetalte bonus vedrører øget kundetilfredshed, mens 23 % vedrører øget passagertilvækst.



Det fremadrettede arbejde med incitamentsaftaler

De nuværende incitamentsaftaler løber til udgangen af 2012, på nær aftalen vedrørende Svendborg By, hvor der er kontraktskift i august 2012.

Aftalerne for 2013 forventes forhandlet inden sommerferien 2012 og det skal overvejes om andre parametre skal indgå i aftaler, fx resultaterne af chaufførcertificeringen.

VIDSTE DU AT FYNBUS I 2011 HAVDE:

16.330.000

PASSAGERER

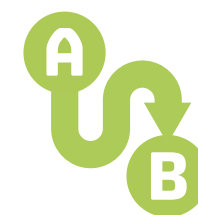


623.904

KØREPLANTIMER

26

PASSAGERER PR. KØREPLANTIME



166

BUSRUTER

3.958

STOPPESTEDER



MEGET MERE END BARE BUSSE

Et fleksibelt kørselstilbud hos FynBus sikrer, at fynske borgere, der ikke kan benytte de almindelige busser, kan komme til læge, fest og i skole.

2011 blev året hvor de første skridt mod store forandringer i FynBus' SBH-afdeling blev taget. Region Syddanmark besluttede, at den siddende patientbefordring fra maj 2012 skulle udbydes af regionens 2 trafikelskaber. Forudsætningen herfor betød at samarbejdet mellem Sydtrafik og FynBus blev indledt. Da Sydtrafik allerede havde et fælles samarbejde med Midttrafik, blev det besluttet at lave et fælles udbud af tre selskaber imellem, således at samtlige kørsler

fra 2012 koordineres i et fælles udbud.

I samme forbindelse var det derfor nødvendigt at FynBus skiftede planlægningssystem, således at alle kørsler kunne koordineres i samme system. Implementeringen heraf blev påbegyndt i starten af 2011. 2011 betød en udvidelse af de øvrige kommunale kørselsordninger for kommunerne blandt andet yderligere kørsel til aktivitetscentre, specialskolekørsel og telekørsel.

1: Kommunal visiteret kørsel og telekørsel

Kommunal visiteret kørsel er kørsel, hvor kommunen har visiteret borgere til at blive kørt til og fra læge, speciallæge, genoptræning mv. Denne ordning følges ad med FynBus åbne ordning kaldet telekørsel. Her tilbyder kommunerne alle deres borgere at benytte FynBus Flextrafiks telekørsel. Telekørselsordningen er en del af kommunernes kollektive trafik til borgerne, og ordningen gør det muligt at bestille kørsel med Flextrafik fra adresse til adresse mod en vis egenbetaling.

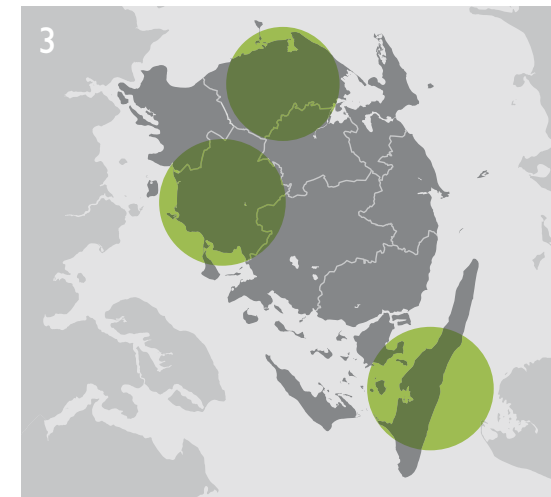
Følgende 9 kommuner benytter sig af FynBus til at varetage den kommunal visiteret kørsel: Middelfart, Assens, Faaborg Midtfyn, Kerteminde, Nyborg, Svendborg, Nordfyn, Langeland og Ærø.

Alle 10 kommuner på Fyn benytter sig af telekørselsordningen.

2: Siddende patientbefordring

Borgere i Region Syddanmark, der går til behandling på sygehuset, og som er raske nok til at sidde op under kørslen, men for syge til at benytte almindelig kollektiv trafik, eksempelvis dialyse- og kræftpatienter, har muligheden for at benytte sig af den siddende patientbefordring. Regionen afgør hvilke patienter kan tilbydes siddende patientbefordring. Det er regionen, der afgør om man får tildelt ordningen.

Fra 1. maj 2012 har Region Syddanmark besluttet, at FynBus skal overtage regionens siddende patientbefordring på Fyn, som tidligere har været Taxa Fyns opgave.



3: Specialskolekørsel

Kørsel i henhold til Service og Folkeskolelovene omfatter specialskoleelever, der køres til og fra skole. Kørslen til specialskoler varierer kun lidt fra dag til dag. Ordningen omfatter også voksne handicappede, der køres til og fra dagtilbud, og her varierer kørslen ligeledes kun lidt fra dag til dag.

Assens Kommune har siden 15. august 2011 benyttet FynBus Flextrafik til specialskolekørsel. Fra august 2012 vil Nordfyns (og Langeland) Kommune ligeledes benytte denne ordning.

4: Handicapkørselsordningen

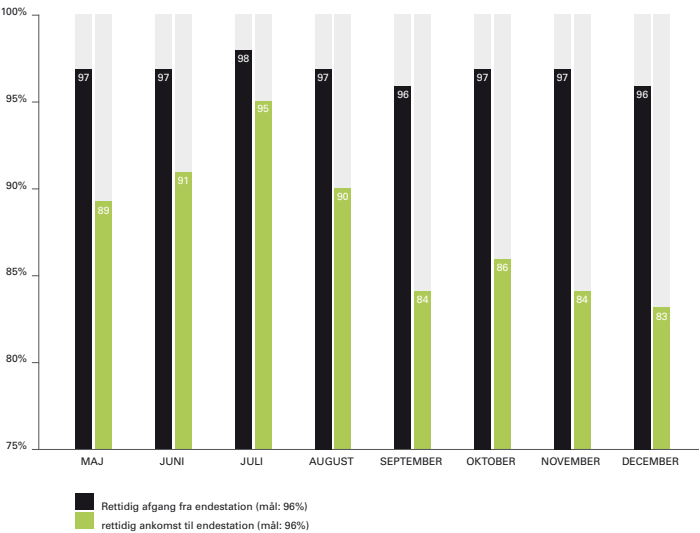
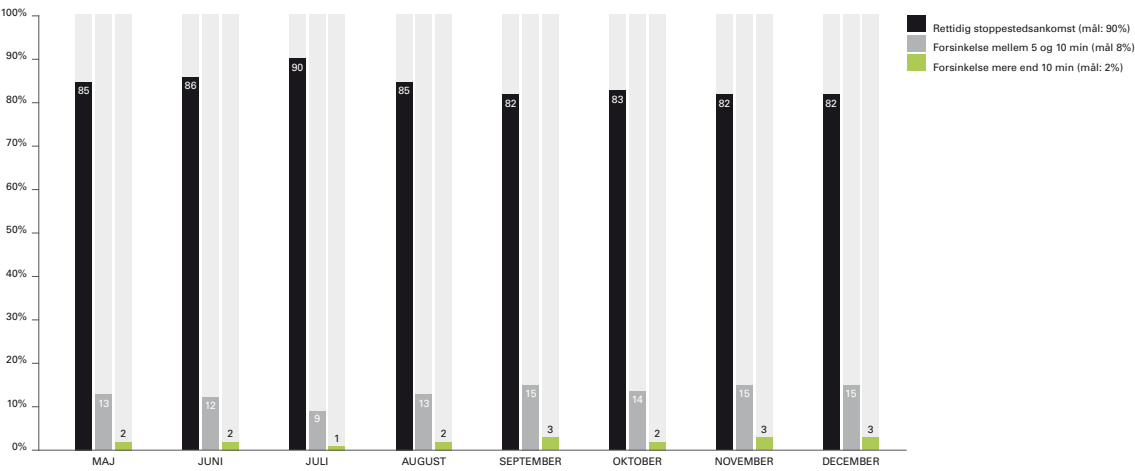
Med handicapkørselsordningen får svært bevægelseshæmmede adgang til kollektiv trafik, når de skal til fritidsaktiviteter, da de ikke kan bruge almindelige busser og tog. Brugere betaler selv en mindre del af kørslen, mens kommunen finansierer størstedelen. Det er kommunen, der afgør om man får tildelt ordningen.

Alle kommuner i FynBus' område benytter handicapkørselsordning. Ordningen er lovbestemt til at skulle varetages af trafikelskaberne jf. lov om trafikelskaber.

FYNBUS QLIKKER SIG TIL BEDRE KØREPLANER

I 2011 er der blevet arbejdet intensivt på at forbedre køreplanarbejdet og skabe god sammenhæng mellem den reelle virkelighed og den planlagte virkelighed. Et af de væsentligste værktøjer til at sikre en bedre overensstemmelse er etableringen af Qlikview. Qlikview er et Business Intelligence analyseværktøj, der indsamler store mængder gps-data fra bussernes billet- og realtidssystem. Ved hjælp af dette værktøj er FynBus nu i stand til helt ned på turniveau at analysere bussernes køretid og forsinkelser. Turniveau er en bus´ tur fra endestation til endestation. Når man er klar over, hvordan trafikken påvirker bussernes fær-

den i det fynske landskab, er man også i stand til at sammensætte køreplanerne, så kunderne oplever en mere sammenhængende køreplan og færre forsinkelser. Der har været arbejdet meget med at skabe realistiske køreplaner, som for første gang den 22. januar 2012 bliver lavet på baggrund af dette værktøj. Men Qlikview kan også fortælle os mere om brugen af produkter, salg, ressourcestyring og kundeservice. Der vil fortsat blive arbejdet på at forfine og optimere analyseværktøjet, og dermed give kunderne en bedre oplevelse, når de bruger kollektiv trafik på Fyn.



Tal fra december månedsrapport

Figurene illustrerer målopfyldelse for december 2011.

SUMMA SUMMARUM

FynBus´ overordnede mål er at øge passagertallet med 15 % i perioden 2010 til 2015, hvilket svarer til en samlet årlig passagervækst på 2,5 %. Ved hjælp af øget kundeservice, bedre køreplaner og fleksible kørselstilbud skal FynBus få flere fynboere til at få øjnene op for fordelene ved bussen. Ved udgangen af 2011 kunne FynBus konstatere, at målet for 2011 stort set er nået med et samlet passagertal på 16,3 mio., som kun er 1 % fra årets strategimål, som er på 16,5 mio.

FREM MOD 2012

I 2012 skal FynBus fortsætte arbejdet med at fastholde de nuværende kunder og samtidig skaffe nye. Metoden hedder mere dialog med kunder, chauffører, ansatte og ejere, samtidig med at trafikselskabet fastholder fokus på kvalitet. Der skal være plads til kunderne i busserne, og kunderne skal opleve at den kollektive trafik er sammenhængende, det vil sige, at busserne passer til hinanden og til togene. Oplever kunden en høj kvalitet vil det påvirke kundens tilfredshed og dermed ønsket om at fortsat at være kunde. Den høje kvalitet skal sikre loyalitet, fastholdelse af kunder og en almen positiv opfattelse af den kollektive trafik.

De nye kunder skal mødes på deres hjemmebane, enten dér hvor de bor, handler eller arbejder. FynBus planlægger at gennemføre en række opsøgende salgsaktiviteter i udvalgte lokalområder, hvor der er gode busforbindelser og mange potentielle kunder. Formålet er at udbrede kendskabet til bus og telesystemer, samt de mange forskellige billettyper, som FynBus tilbyder kunderne.

Parallelt hermed sætter FynBus fokus på fem eksisterende fejlagtige myter om den kollektiv trafik, og dokumenterer at bussen er billig, kører til tiden, kører ofte, er hurtig og samtidig god for miljøet.

Chaufførernes og kundernes input udgør stadig en væsentlig del af kvalitetsarbejdet, ligesom certificeringen af hele det samlede chaufførkorps vil resultere i et samlet kvalitetsløft ude i busserne. Et kvalitetsløft som vil give øget arbejdsglæde blandt chaufførerne og øget tilfredshed blandt kunderne.

Ved at sikre at kunderne oplever en fortsat høj kvalitet, og kombinere denne opfattelse af høj oplevet kvalitet med massiv målrettet markedsføring, vil FynBus fortsætte de positive indsatser, som blev søsat i 2011. Målet er fortsat at tilvejebringe en samlet passagervækst på 15 % for årene 2010-2015, og FynBus er godt på vej.

KØR MEDE