

Marknads- og informasjonsplan

2018/2019

KRINGOM
SOGN OG FJORDANE
FYLKESKOMMUNE

*...under fjell og brear,
over fjordar , opp og ned
dalar, gjennom tunnelar,
inn i skoddeheimar og ut
mot havet....*



kringom.no

Marknads- og informasjonsplan 2018/2019

- s. 03** **1. INNLEIING**
Marknadsplanen
- s. 05** **2. VISJON OG MÅLSETTING**
Visjon
Hovudmål
Delmål
Suksessfaktorar
- s. 07** **3. PRODUKT, TILBOD OG TENESTER**
Transporttilbod
Produkt
- s. 15** **4. SLIK JOBBAR VI I MARKNADEN**
- s. 18** **5. SLIK JOBBAR VI MED DIGITALE KANALER**
Kringom.no
Facebook
Entur / Ruteplanleggar
- s. 20** **6. SLIK JOBBAR VI MED ANDRE KANALER**
- s. 21** **7. HANDLINGSPLAN OG TILTAK 2018/2019**
Handlingsplan
Årshjul
Tiltak
Informasjon og kampanjar
- s. 36** **8. VEDLEGG**
Innsiktsrapport 2018

1. Innleiing

Sogn og Fjordane fylkeskommune skal gi innbyggjarane i fylket eit godt og tenleg kollektivtilbod. Det er dette vi i Kringom har ansvar for å gjere.

KRINGOM

Kringom er namnet på den fylkeskommunale kollektivtrafikken i Sogn og Fjordane. Som del av fylkeskommunen har vi ansvar for alle fylkesinterne buss- og båtruter, i tillegg til ferjene på fylkesvegnettet.

FAKTA OM KRINGOM

Bussruter

2017 – Bussruter i det fylkeskommunale tenestekjøpet hadde 1,46 mill. reisande utanom skuleelevar

Skuleskyss

2017 – 6600 reisande til saman gunnskule og vidaregåande, cirka likt som fjoråret

Ekspressbåt

2017 – 298 985 reisande

Lokalbåt

2017 – 173 279 reisande

Sogn og Fjordane har (i juni 2018) 113 800 innbyggjarar. Førde og Florø er dei største tettstadane. Sogn og Fjordane er eit fylke med spreidd busetjing og lågt innbyggartal, noko som gjer det utfordrande å gje alle innbyggjarane eit godt og rettferdig rutetilbod.

MARKNADSPLANEN

Marknadsplanen er meint å fungere som ei støtte i arbeidet til Kringom – både i det daglege marknads,- informasjons- og kommunikasjonsarbeidet og i det langsiktige strategiske arbeidet.

Marknadsplanen gir oversikt over Kringom sine visjonar, tiltak og tilbod. Tal, statistikk, ruter og brukarinnsikt finst i vedlegga til planen.

Den som skal navigere etter marknadsplanen til Kringom bør i tillegg ha god oversikt over den regionale transportplanen, som ligg til grunn for marknadsplanen.

Marknadsplanen er basert på kvantitativ innsikt, kalla faktagrunnlag, og kvalitativ innsikt basert på djupneintervju og observasjon. Faktagrunnlaget inneheld eksisterande kundeundersøkingar og mål/delmål frå Regional transportplan.

Faktagrunnlaget er vurdert opp mot den kvalitative innsikta gjennomført i 2018, djupneintervju og observasjon. Marknadsplanen peikar på tiltak og prioriteringar for Kringom basert på denne innsikta.

2. Visjon og målsetting

VISJON

I samsvar med handlingsprogrammet til Regional transportplan for 2018–2021, er den overordna visjonen for transportpolitikken i Sogn og Fjordane:

«Å tilby eit effektivt, tilgjengeleg, sikkert og miljøvennleg transport-system som dekker samfunnet sitt behov for transport og som fremmer regional utvikling»

Denne visjonen inneber at fylkeskommunen må prioritere, slik at ressursbruken bidreg til følgjande tre hovudmål:

1. Å betre framkome for personar og gods i heile fylket.
2. Å redusere transportulukkene i tråd med nullvisjonen.
3. Å redusere klimagassutsleppa i tråd med ei omstilling mot eit lågut-sleppsamfunn – og tilpasse infrastrukturen til eit endra klima med meir nedbør.

HOVUDMÅL

Regional transportplan kap. 5.1:

«Kollektivtilbodet skal vere godt og tenleg for alle innbyggjarane i Sogn og Fjordane og for alle som vitjar eller er på gjennomreise i fylket.»

Ut frå dette hovudmålet les vi at Kringom er ansvarleg for:

- å gi reisande og potensielle reisande god informasjon
- å inkludere alle delar av folket, både når det gjeld geografi, alder og funksjonsnivå
- å utarbeide eit godt og breitt rutetilbod
- å tilpasse tenestene til kvardagen til folk i fylket
- å gjere billettprodukt, prisar og salskanalar lett tilgjengelege

Marknadsplanen skal reflektere Kringom sitt arbeid for å nå dette.

DELMÅL

1. «Det skal vere enkelt å reise kollektivt.»
2. «Det skal vere eit heilskapleg rutesystem som heng saman med høvelege korrespondansar og enkel omstiging på korrespondansepunkt.»
3. «Viktige knutepunkt, terminalar og transportmateriell skal vera universelt utforma og skal opplevast som effektive og attraktive for dei reisande.»
4. «Kollektivtilbodet i Sogn og Fjordane skal vere innretta slik at det når flest mogleg.»
5. «Gradvis reduksjon av klimagassutslepp i samband med framtidige anbod for å nå målet om tilnærma nullutslepp i kollektivtrafikken innan 2050.»

SUKSESSFaktorAR

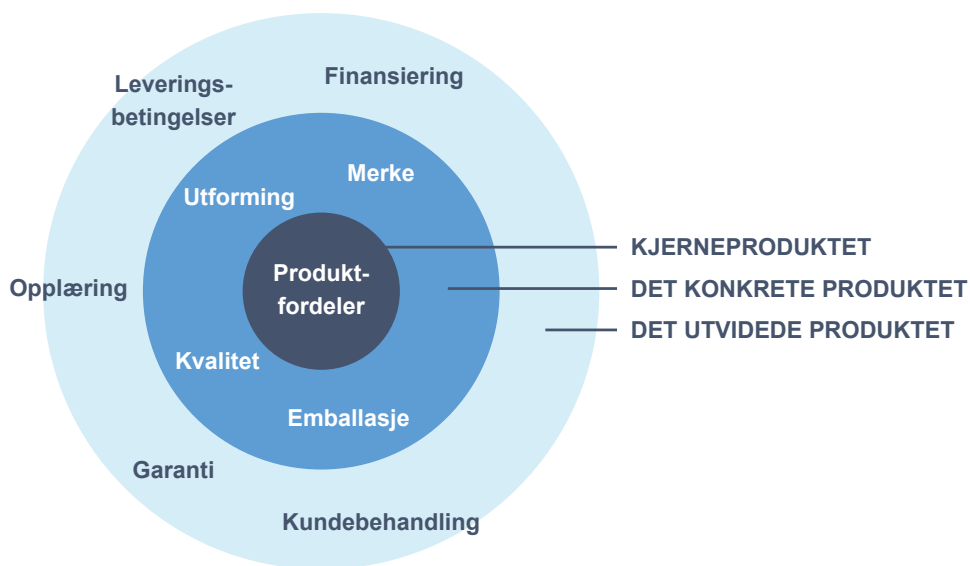
I målekart for Sogn og Fjordane fylkeskommune for 2018 har Kringom følgjande tre punkt:

Suksessfaktor Tenesteyting (T)	Måleindikator	Ambisjonsnivå
T7 Fleire reiser kollektivt med buss og båt	T7.1 Tal reisande med buss og båt (eksl. skuleskyss)	T7.1-1 Fleire enn 1,7 mill. reisande med buss
		T7.1-2 Fleire enn 560 000 reisande med båt
T9 Kollektivtrafikken vert opplevd som godt	T9.1 Tal som opplever tilbudet som godt	T9.1-1 Positiv utvikling over tid
Regional utvikling (R)		
R16 Godt tilrettelagt ruteproduksjon	R16.1 Tal passasjerkm.med buss og båt (eksl. skuleskyss) jf. registrerte data.	R16.1-1 Positiv utvikling over tid

MÅLGRUPPER

Vi skal famne alle, og skal ikkje utelate nokon.

3. Produkt, tilbud og tenester



Forklaring, modell:

Kjerneproduktet:

Å frakte den reisande frå A til B.

Det konkrete produktet:

- Kringom-profilen
- køyretøy
- haldeplassar
- rutebilstasjonar

Det utvida produktet:

- ruteopplysing (kringom.no, 177, haldeplassoppslag, infoskjermar)
- billettering og betalingsløyisingar
- reisevilkår
- rabattar
- sjåførar/mannskap

Transporttilbod

BUSS

LOKALBUSS

Lokalbussruter kan delast opp i følgjande undergrupper:

- lokale ruter – innan kommunen
- korresponderande ruter – gir samband til andre ruter
- bygderuter – meint å gje dei reisande høve til å nå bygde- og kommunesenter
- regionale ruter – fylkesinterne ruter som kryssar ei eller fleire kommunegrenser
- fylkeskryssande ruter – ekspressruter som bind kollektivtilbodet saman med nabofylka

Sidan skuleskyss er lovpålagd og brukar over 90 % av materiellet er denne skyssen styrande for både økonomi og organisering av det totale rutetilbodet.

Lokale, regionale og fylkeskryssande ruter fungerer som tilførselsruter inn mot kvarandre. I sum utgjer dei kollektivtilbodet her i fylket.

Målgruppe: Personar med reisebehov internt i fylket.

BYBUSS

Bybussen i Førde og Florø køyrer ruter i byen, og har avgang minst ein gong i timen frå morgon til kveld. Bybussen har egne takstar og høve til overgang mellom bybussane på same billett.

Målgruppe: Personar med reisebehov internt i Førde og Florø.

FLYBUSS

Flybussen i Sogn og Fjordane er eit tilbod tilpassa den enskilde flyavgangen. Er flyet forseinka, ventar bussen til passasjerane er på plass. Det er fastpris på reiser til/frå flyplassen, men bussen er ein del av det lokale rutenettet og kan òg nyttast av andre reisande til vanleg takst.

Målgruppe: Reisande til og frå flyplassane i Førde og Sogndal.

TILLEGGSTILBOD

BESTILLINGSRUTER

Tradisjonelt har bestillingsruter vore nytta på ruter med viktige funksjonar og med få reisande, t.d. tilførsel til båt. Dei siste åra har det vorte etablert bestillingsruter til erstatning for nedlagde bygderuter, slik at det enno kan vere mogleg å reise kollektivt.

Målgruppe: Personar med reisebehov på mindre trafikkerte stader.

SKULESKYSS

Skuleskyss er hovudfunksjonen i bussrutedrifta. Elevane har rett på skyss i samband med skulen sine ordinære start- og sluttider, maks 2 turar pr. dag. Dei fleste skulerutene er kunngjorde og er opne for andre reisande.

Målgruppe: Skuleelevar frå 1.–10. årstrinn i grunnskulen og i vidaregåande skule som oppfyller krava til gratis skuleskyss.

SERVICESKYSS

Serviceskyss er eit transporttilbod som er ope for alle, og skal vere tilrettelagd for alle. Tilbodet er skreddarsydd den aktuelle målgruppa, i samarbeid med kommunar og lokale organisasjonar.

Serviceskyssen skal gje dei reisande høve til å utføre nødvendige tenester på reisemålet på dagtid (9–14) – som butikk, bank, post og helsetenester.

Serviceskyssen skal gje dei reisande høve til å nytte seg av eit sosialt tilbod på reisemålet.

Serviceskyssen skal bidra til at innbyggjarane i fylket får høve til å bu heime lenger – med betre livskvalitet.

Serviceskyssen skal gje eit tilbod i område der det ikkje går andre høvelege ruter.

Serviceskyssen skal gje personar som har vanskar med å kome seg til næraste busstopp høve til å verte henta heime.

Målgruppe: Personar med reisebehov midt på dagen til bygde-/kommunesenter, som manglar eit ordinært rutetilbod eller har vanskar med å kome seg til haldeplassen.

TILRETTELAGD TRANSPORT

Tilrettelagd transport (TT-ordninga) er eit tilbod om drosjetransport til personar som er varig forflyttingshemma på grunn av fysisk eller psykisk funksjonshemming. TT-ordninga er i utgangspunktet eit tilbod om fritidsreiser.

Fylkeskommunen deler ut ein sum til kommunane basert på innbyggartalet, og kommunane fordeler deretter midlane ut til brukarane.

LOKALTRANSPORT FOR UNGDOM (LTU)

LTU er ei ordning som gjev tilskot til fleksible skysløyser på ettermiddag- eller kveldstid. Ordninga er styrt av ungdommane, med hjelp frå kommunen. Tilbodet vert utført med drosje, minibuss eller buss og går dit ungdommane vil – når dei vil. Midlane vert brukt opp kvart år og det er 16–19 kommunar som søker kvart år. Det er sett av 1.000.000 kr som kan nyttast til å betre reisetilbodet for ungdom til/frå fritidsaktivitetar på ettermiddags- og kveldstid. Kommunane blir kvart år inviterte til å søkje.

Målgruppe: Ungdommar mellom 13 og 19 år.

Målsetning: Betre skysstilbodet til/frå fritidsaktivitetar for ungdom på stader der kollektivtilbodet elles er dårleg.

TRYGT HEIM

Tilbodet om «Trygt heim for ein 50-lapp» er eit trafikktryggingstiltak for å redusere ungdomsulykker med bil.

Det går ruter frå desse tettstadane: Florø, Førde, Høyanger, Eid, Sandane, Sogndal, Stryn og delvis i Øvre Årdal. Turane har fast avreisestad og -tid, og har ein definert rutestrekning der ein gjer mindre avstikkarar slik at dei reisande vert køyrde nær dit dei skal. Billettprisen er 50 kroner for reisande under 30. Dei over 30 må betale dobbel takst.

Talet på reisande auka jamt, frå 6000 i 2003 til over 9000 i 2009. Bruken av tilbodet har blitt gradvis mindre dei seinare åra og var på om lag 5500 reisande i 2016. Om lag 80 prosent av bruken knyter seg til Førde og Sogndal.

Målgruppe: Ungdom mellom 16 og 24 år, men ordninga er open for alle aldrar.

BÅT

EKSPRESSBÅT

Sogn og Fjordane fylkeskommune driv 4 snøggbåtruter mellom fylket og Bergen. To ruter på kysten og to ruter innover Sognefjorden. Rutene er meint både som bindeledd mellom fylket og Bergen og som lokalruter internt i fylket.

Målgruppe: Reisande mellom fylket og Bergen, og reisande langs kysten.

LOKALBÅT

Dei fleste rutene er knytte til skuleskyss. Enkelte stader er det sett opp arbeids- og kveldsruter. For enkelte veglause grender som ikkje har skuleskyss, er det sett opp eit minimumstilbod nokre gonger for veka. Talet på avgangar i veka vert avgjort ut frå innbyggjartalet.

Trenden innan båtskyss er at det vert stadig færre innbyggjarar som har behov for båtskyss i det daglege. På den andre sida ser vi ein trend der stadig fleire nyttar båt for å kome seg til fritidsbustad. Denne gruppa reiser ofte på andre tidspunkt (helg/ferie) enn det fastbuande gjer (yrkedagar).

Målgruppe: innbyggjarar som har behov for båtskyss i det daglege.

FERJE

Sogn og Fjordane fylkeskommune driv i dag 7 fylkesvegferjesamband. Alle ferjesambanda er konkurranseutsette.

Målgruppe: Reisande med bil på gjeldande fylkesvegar.

Produkt

Spesielle ordningar i transporttilbodet som serviceskyss, TT, LTU og Trygt Heim har i si tid blitt oppretta for å dekke reisebehov for særskilte målgrupper som har andre behov enn den ordinære innbyggaren. Fellestrekk for ordningane er at dei fungerer i dag, men at det er behov for å gå igjennom rutinar og sjølve produktet for å gjere tilpassingar etter mange års drift.

Transporttilbodet er i stor grad bygd opp rundt den lovpålagde skuleskyssen kombinert med dei gjennomgåande ekspressbussrutene. Det har vore eit sterkt fokus dei siste åra på å kutte ruter for å møte innsparingskrav. For å nå målsettingane i RTP om at *det skal vere enkelt å reise kollektivt og at det skal vere eit heilskapleg rutesystem som heng saman med høvelege korrespondansar og enkel omstiging på korrespondansepunkt*, må ein sjå transporttilbodet i eit heilskapleg perspektiv og tilpasse det til dagens marknad og etterspurnad frå dei reisande.

Ein stor del av spørsmåla til Kringom utanom ruteinformasjon er spørsmål om pris og om høve til å kjøpe/reservere billetter på førehand. Elles har ein lite innsikt i om billett- og betalingsprodukta som finst i dag dekkjer behova til dei reisande, og det bør gjerast nærmare kartleggingar rundt dette.

Oversikt over dei ulike produkta

Kjerneprodukt: Billettsal, rabatt

Kanalar: Betalingsløysingar

SKULESKYSSKORT

Målgruppe: Skuleelevar frå 1.–10. årstrinn i grunnskulen og vidaregåande skule som oppfyller krava til gratis skuleskyss.

Alle elevar med rett til gratis skuleskyss vil få utlevert eit elektronisk skuleskysskort av samferdsleavdelinga. Kortet er personleg med namn og kortnummer, og ein kan ikkje låne det ut til andre. Kortet skal brukast alle åra eleven har rett til gratis skuleskyss.

Det ligg to turar i kortet kvar dag, inkludert overgang. Dersom turane er brukte opp, må eleven betale reisa sjølv.

Skuleskysskortet kan ikkje nyttast på turar i skuletida, til utplassering, på fridagar eller i feriar. Kortet kan berre brukast på turar på strekninga mellom heim og skule.

EINSKILDBILLETTAR, BYBUSS

Billetter kjøpt på bybussen gjeld i 1 time frå kjøpsaugeblikket. Det betyr at ein kan bytte til ein annan bybuss innan ein time frå kjøpet.

EINSKILDBILLETTAR, EKSPRESSBUSS

Reiser du innanfor fylket med ein ekspressbuss betalar du det same som på lokalbussane, og du kan nytte dei same kortprodukta og rabattordningane.

PERIODEKORT STUDENT

Tidsavgrensa rabattkort for reiser på ei fast strekning. Reiser du den same strekninga fram og tilbake kvar virkedag i ein månad (20 dagar), vil eit periodekort gje deg ein rabatt på over 50 %. Studentar får i tillegg 40 % rabatt i tillegg til den vanlege rabatten.

Målgruppe: Studentar som reiser same strekning 20 eller fleire gonger i månaden.

PERIODEKORT KOMBI

Tidsavgrensa rabattkort for reiser på ei fast strekning. Reiser du den same strekninga fram og tilbake kvar virkedag i ein månad (20 dagar), vil eit periodekort gje deg ein rabatt på over 50 %. Med eit Periodekort Kombi får du 25 % rabatt i tillegg til den vanlege periodekortrabatten på buss og passasjerbåt. Rabatten kan ikkje kombinerast med rabatt for studentkort.

Målgruppe: Personar som reiser same strekning 20 eller fleire gonger i månaden med buss og båt i Florabassenget.

PERIODEKORT BYBUSS

Tidsavgrensa rabattkort for reiser på bybussen. Reiser du med bybussen meir enn 22 gonger i løpet av 30 dagar, så løner det seg å kjøpe periodekort.

Målgruppe: Personar som reiser med bybussen 22 eller fleire gonger i månaden.

VERDIKORT

Verdikortet nyttar du i staden for kontantar, og det gjeld som betaling for alle reiser med buss og båt (gjeld ikkje for bil på båt) i Sogn og Fjordane. Kortet gjev 17 % rabatt på reisa når kortet vert nytta på billetter over minstetakst.

Målgruppe: Personar som reiser kollektivt, men ikkje ofte nok eller regelmessig nok til at det løner seg med periodekort.

UNGDOMSKORT

Ungdomskortet er gyldig for eit uavgrensa tal reiser i 30 dagar frå kjøpsdato, og gjeld på alle kollektivreiser innanfor Sogn og Fjordane sine fylkesgrenser.

Målgruppe: Personar mellom 16 og 19 år.

Salskanalar billetter og kort

Enkeltbilletter er til sals om bord i bussen. Periodekort og ungdomskort kan tingast hos operatøren, og fornyast hos operatøren eller på bussen. Verdikort kan kjøpast og fyllast på hos operatøren eller på bussen.

4. Slik jobbar vi i marknaden

I 2017/18 viser kundeundersøkingar og Kollektivbarometeret at Kringom leverer godt på

- punktleigskap,
- personale/service,
- tryggleik,
- reinhald og
- standard på bussane.

Desse områda blir definerte som hygienefaktorar knytt til leveransen til Kringom. Ein hygienefaktor er ein eigenskap som kan skape misnøye om den ikkje er til stades og har difor ikkje det store *positive* utslaget på den *totale* tilfredsheita.

Dei områda som blir framheva som å ha størst innverknad på tilfredsheita er

- talet på avgangar,
- enkle korrespondansar/overgangar og
- informasjon.

Djupneintervju frå 2018 understøtter desse undersøkingane. Mangelen på informasjon om produkt, tenester, ruter og overgangar er her det overordna problemet.

Det er òg verdt å merke seg at reisande som har periodekort eller reiser 2–3 gonger i veka, er dei som er mest misnøgdde med prisen.

Personbilar er den største konkurrenten og argumentet for å køyre eigen bil i staden for kollektivt er at dette er enklare for den reisande. Samfunnsutviklinga favoriserer likevel kollektivtransport, mellom anna med miljøfokus og avgiftspolitik.

SITUASJONSANALYSE

Situasjonsanalysen (sjå modell i Innsiktsrapport) viser at ein skårar godt på punktleikskap, tryggleik, service og komfort knytt til reisa. Haldninga til Kringom som merkenamn er positiv.

Situasjonsanalysen viser òg at ein har god kompetanse på avdelinga og at arbeidsmengda etter kvart gjer at ein har høve til å tenke strategisk og vurdere rutetilbod og produkt.

Den teknologiske utviklinga kjem til å krevje meir av Kringom framover, men det gjer også nokre moglegheiter som gjer kollektivtilbodet meir tilgjengeleg for dei reisande.

Med den nye nasjonale ruteplanleggaren får Kringom òg nye moglegheiter.

Utfordringane våre er dei geografiske avstandane, ei fragmentert kundegruppe, dårlegare fleksibilitet i tilbodet i konkurranse med bil, og at vi blir oppfatta som dyre.

Oppsummering frå kundeundersøkingar og innsiktsprosjekt

Gjennom kundeundersøkingar og innsiktsprosjekt veit vi at vi særleg har ein del å gå på når det gjeld kjennskap og kunnskap om ruter, tenester og produkt.

Nokre element gjentek seg i samtalar med Kringom sine brukarar.

Informasjon: Folk er usikre på rutetabellen, både det fysiske formatet på stoppa, på 177 og på nett. Brukarane nyttar difor fleire kanalar for å sikre at dei har rett informasjon.

Det digitale: Det er vanskeleg å finne fram på kringom.no. Dei unge og eldre fortel særleg at dei treng hjelp til å finne fram på nettsida og i rutene på nettsida.

Tenestene: Dei aller fleste brukarane fortel at dei ikkje kjenner til andre tenester enn rutebuss, og at dei dermed berre assosierer Kringom med rutebuss.

Fleksibiliteten: Brukarane fortel at dei opplever at busstilbodet ikkje er godt nok tilpassa til livssituasjonen deira.

Korrespondanse: Brukarane stressar med korrespondanse. Dei opplever korrespondansane som upålitelege, og at dei risikerer å bli overlatne til seg sjølv. Sjølv om den einkilde bussjåføren yter god service, verkar ikkje organiseringa vere god nok på det overordna nivået.

Bil: Det er òg verdt å merke seg at brukarane i stor grad vel privatbil som transportmiddel p.g.a. den fleksibiliteten den gir, og fordi dei oppfattar at kollektivtilbodet ikkje kan måle seg med denne fleksibiliteten.

Service: Særleg dei yngre brukarane nemner service hos Kringom som eit forbetningspunkt. Dei ønskjer seg betre service frå bussjåførane, og betre hjelp til å finne fram i tenestene og tilboda.

5. Slik jobbar vi med digitale kanalar

Kringom.no

Regional transportplan fastslår at:

«Kringom.no er den prioriterte informasjonskanalen både for informasjon ut til publikum og for tilbakemeldingar frå dei reisande.»

Per i dag leverer kringom.no:

- **reiseplanleggar** og **rutetabellar** for Sogn og Fjordane, og
- relevant **informasjon** for kollektivtilbodet – til dømes reisevilkår, takstinformasjon, informasjon om kortprodukt.

Kringom.no er den prioriterte kanalen for ruteinformasjon, med **reiseplanleggaren** som førsteprioritet. På kringom.no skal det til ei kvar tid ligge korrekte rutedata fire månader fram i tid.

Under **Trafikkmeldingar** på kringom.no skal ein finne ei oversikt over planlagde og langvarige endringar i rutetilbodet.

Kringom.no har ein eigen **funksjon for tilbakemeldingar** for dei reisande. Kontaktinformasjon til relevante aktørar skal òg vere lett tilgjengeleg.

Facebook

Kringom har ei eiga Facebook-side: **facebook.com/kringom**
Denne vart oppretta i november 2016.

Facebook er ein viktig kanal for å spreie informasjonen som ligg på kringom.no til dei reisande, samstundes som kanalen har låg terskel for direkte kommunikasjon. Vi ønskjer difor å auke talet som følgjer Kringom på Facebook. Per 12.06.2018 har vi 1241 følgjarar på Facebook.

Målet med sida:

- informasjon
- marknadsføring
- merkevarebygging
- kundeservice

Målgruppe

- eksisterende og potensielle kollektivreisende i fylket

Innhold

- informasjon om ruteendringar, midlertidige endringar og liknande marknadsføring av egne produkt og tenester
- anna relevant informasjon
- tillegg: målretta annonsering av egne produkt

Marknadsansvarleg har ansvar for å administrere/publisere/svare på førespurnader. Dette ansvaret delegerast til andre ved fråvær.

Rutinar:

- Det skal publiserast to innlegg per veke.
- Meldingar/innlegg skal svarast på innan to timar.
- Chatten er open frå 9:00 til 15:00, med automatisk svar til dei som sender melding utanom opningstida.
- Innlegg frå andre skal gjennomgåast før dei blir synlege på sida.

Entur / Ruteplanleggar

Entur leverer tenester som gjer det enkelt å reise på tvers av alle kollektivselskap i Noreg. Entur samlar reisedata frå alle kollektivselskap i landet.

Entur arbeider med denne informasjonen og syr den saman slik at alle kan få tilgang til kollektivtilbodet i heile landet.

Fylkeskommunen jobbar med **Entur** si nasjonale løysing for ruteopplysing og billettsal. Kringom ønskjer å vere pilot ved test av Entur si White Label-løysing, som vil innehalde rutesøk, haldeplassoppslag og etter kvart også sal av billettar.

6. Slik jobbar vi med andre kanalar

Andre kanalar

Fylkeskommunen driftar kollektivtilbodet basert på midlar sett av til dette føremålet. Annonsering skal vere med på å gjere kollektivtilbodet kjent. På bakgrunn av dette er følgjande marknadsføringskanalar prioriterte:

Kanalar der ein kan nå ei definert målgruppe med budskapet:

- nettsidene til fylkeskommunen
- Facebook-sidene til fylkeskommunen
- Twitter-kontoen til fylkeskommunen
- pressemeldingar
- rutebilselskap og rutebilstasjonar, ekspressbåtar, ferjer, bussar: skjermar, plakatar og trykksaker
- Fylkeskommunen: vidaregåande skular, offentlege arbeidsplassar (sjukehuset), kjøpesenter: skjermar
- busskur: informasjon på plakat
- 177: ruteopplysing på telefon
- turistinformasjon: trykksaker
- andre fylke, busselskap og reiselivsaktørar: pressemeldingar og info i deira kanalar
- festival og kultur, sportsarrangement: pressemeldingar og info i deira kanalar
- aviser: nett, mobil og papir

Kringom skal ikkje nytte følgjande kanalar:

- støtteannonser
- logoprofilering

Ved tinging av annonser i avis, skal dette gjerast gjennom annonseringsbyrået Frantz (post@frantz.no). Rettleiar ligg på fylkeskommunen sitt intranett.

7. Handlingsplan og tiltak 2018/2019

Korleis kan Kringom spele ei rolle i folk sine liv? Korleis kan vi gjere Kringom relevant og synleg for folk heile året?

HANDLINGSPLAN

Handlingsplanen skildrar kva tiltak vi skal jobbe med, basert på innsikt frå rapport (sjå vedlegg Innsiktsrapport 2018) og tiltaka som blei utarbeidde i workshop våren 2018.

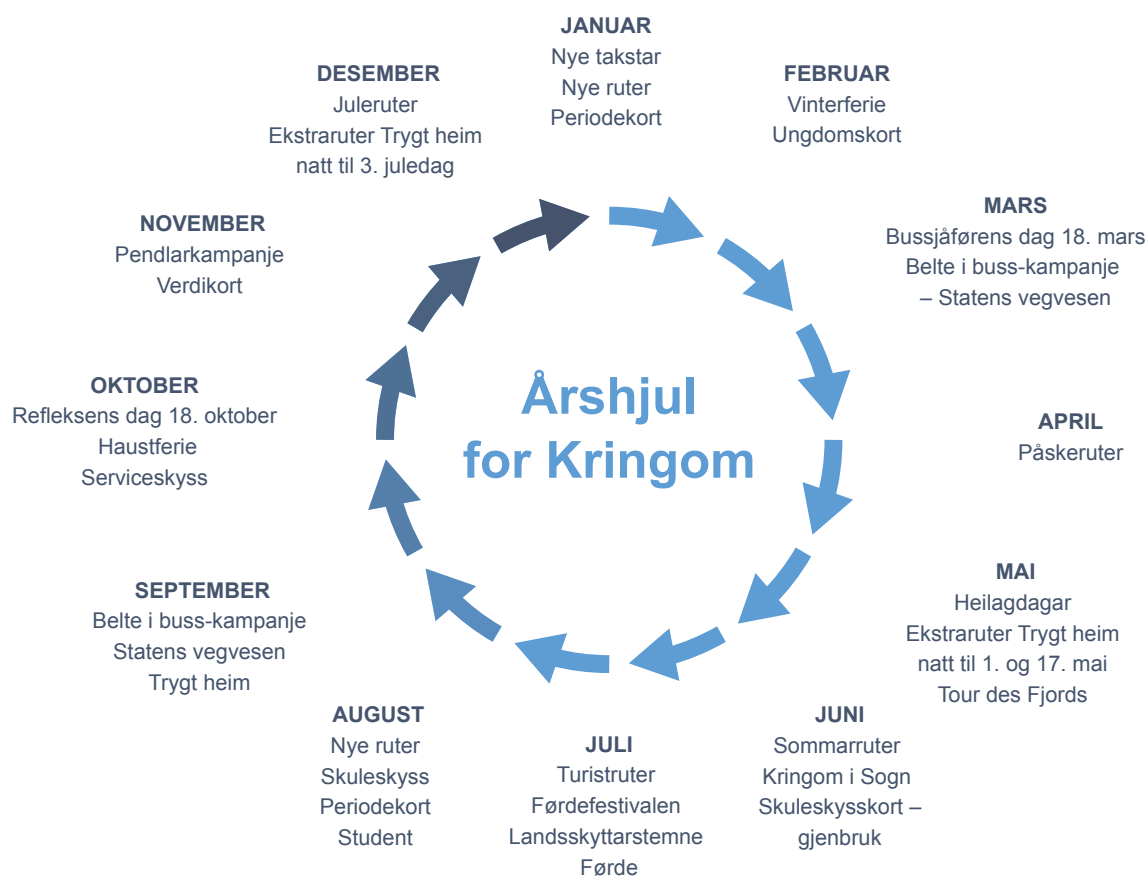
Her legg vi òg føringar for vidare framdrift der dette er naturleg.

Ideelt sett bør tilbodet fastsettast ut frå kvar folk bur og jobbar, kvar dei går på skule, kvar dei handlar og kvar institusjonar og offentlege tenester er. Sogn og Fjordane er eit fylke med spreidd busetting og lågt innbyggartal, noko som gjer det utfordrande å dekke alle sine behov for kollektivtransport. Vi vel å fokusere på spesifikke tiltak kvart år, som skal gjere tilbodet betre for dei reisande.

For å sjå om tiltaka har hatt ein effekt, bør ein gjennomføre brukarundersøkingar og undersøke om talet på reisande har auka i etterkant.

ÅRSHJULET

Årshjulet syner marknads- og informasjonsaktivitetar og tiltak som skal gjennomførast i løpet av året, og oppdaterast fortløpande med konkrete datoar og ansvarsfordeling. Årshjulet gir oversikt over dei aktivitetane som er knytte til marknadsarbeid gjennom året.



PUBLISERINGSKALENDER

Publiseringskalenderen fortel **kva slags innhald** som skal ut i marknadskanalane – **og når det skal ut**. Alle kampanjar skal samkøyrast med denne kalenderen for å få best mogleg effekt.

Tiltak

TILTAK 1 – PRIORITERE KRINGOM.NO SOM VIKTIGASTE INFORMASJONSKJELDE

OMTALE

Gjere Kringom.no meir brukarvenleg og universelt utforma. Sikre tydelegare informasjon (rutetabellar til dei eldre, meir tilgjengeleg informasjon, chat). Samle informasjonen på ein stad (Kringom.no).

KAN KNYTES TIL FØLGJANDE MÅL OG DELMÅL I REGIONAL TRANSPORTPLAN

- Kollektivtilbodet skal vere godt og tenleg for alle innbyggjarane i Sogn og Fjordane og for alle som vitjar eller er på gjennomreise i fylket.
- Det skal vere enkelt å reise kollektivt.
- Kollektivtilbodet i Sogn og Fjordane skal vere innretta slik at det når flest mogleg.

KVA FOR UTFORDRINGAR VIL DETTE LØYSE?

- betre og lettare tilgjengeleg informasjon og ruteinformasjon til dei reisande og potensielt reisande
- betre kjennskap til rute- og tenestetilbodet
- enklare for brukarane å finne fram til rett informasjon
- møte brukaren med dialog, via chat og kontaktskjema

FORDELAR FOR BRUKARANE OG KRINGOM

- enklare for brukarane å finne fram til rett informasjon
- brukarane finn raskare fram til informasjonen
- det er lettare å stole på at informasjonen er truverdig

KORLEIS KAN VI GJERE DETTE?

- Dette kan løysast i eigen organisasjon. Vi må vurdere om eit byrå med design-, kommunikasjons- og UX-ekspertise skal utarbeide nytt design til kringom.no
- Forbetre reiseplanleggaren i samarbeid med Entur.
- Utarbeide lettfattelege, automatiserte rutetabellar på kringom.no.
- Redusere talet på rutetabellar på kringom.no.

- Pilot for Entur si nasjonale løysing for mellom anna ruteinformasjon og billettsal.

VINSTMATRISE

- middels vanskeleg å gjennomføre for brukaren og Kringom
- stor vinst for brukaren og Kringom.

TILTAK 2 – AKTIV BRUK AV FACEBOOK

OMTALE

Bruke Facebook-sida meir aktivt til å informere om produkt, tenester og nyheiter.

KAN KNYTES TIL FØLGJANDE MÅL OG DELMÅL I REGIONAL TRANSPORTPLAN:

- Kollektivtilbodet skal vere godt og tenleg for alle innbyggjarane i Sogn og Fjordane og for alle som vitjar eller er på gjennomreise i fylket.
- Kollektivtilbodet i Sogn og Fjordane skal vere innretta slik at det når flest mogleg.

KVA FOR UTFORDRINGAR VIL DETTE LØYSE?

- betre kjennskap til rute- og tenestetilbodet, og nyheiter
- komme i dialog med brukaren

FORDELAR FOR BRUKARANE OG KRINGOM

- merkevarebygging og marknadsføring mot ulike målgrupper
- kundeservice
- lettare for brukaren å ta direkte kontakt med Kringom
- få fleire følgjarar på Kringom si Facebook-side

KORLEIS KAN VI GJERE DETTE?

- informasjon om ruteendringar, midlertidige endringar og liknande
- marknadsføring av eigne produkt
- anna relevant informasjon
- målretta annonsering av eigne produkt

- marknadsansvarleg har ansvar for å administrere/publisere/svare på førespurnader. Her må det definerast nokre reglar og rutinar om innlegg, responstid og chat.

VINSTMATRISE

- lett å gjennomføre for brukaren og Kringom
- stor vinst for brukaren og Kringom

TILTAK 3 – RUTETILBODET

OMTALE

Skreddarsy/tilpasse rutetilbodet slik at det høver best mogleg for dei reisande.

KAN KNYTES TIL FØLGJANDE MÅL OG DELMÅL I REGIONAL TRANSPORTPLAN:

- Kollektivtilbodet i Sogn og Fjordane skal vere innretta slik at det når flest mogleg.
- Det skal vere eit heilskapleg rutesystem som heng saman med høvelege korrespondansar og enkel omstiging på korrespondansepunkt.

KVA FOR UTFORDRINGAR VIL DETTE LØYSE?

- fleire vil reise kollektivt til jobb og skule framfor å bruke bil
- betre omdømme

FORDELAR FOR BRUKARANE OG KRINGOM

- Rutetilbodet er tilpassa slik at brukaren blir meir fleksibel.
- Fleire reiser kollektivt til arbeidsplass og skule.

KORLEIS KAN VI GJERE DETTE?

- Gjennomgang av LTU og Trygt Heim i løpet av 2018. Ev. endringar skal innførast frå 1. januar 2019.
- Setje inn fleire avgangar i morgon- og ettermiddagsrushet.
- Ha avgangar etter butikkane stenger i sentrum.
- Innføre ruter på søndagar og heilag dagar.
- Levere innspel til kjøpssak kvar haust.

- Vi skal vidareutvikle dialogen med profesjonelle aktørar som nyttar kollektivtilbodet, som til dømes reiselivsnæringa. Samferdsleavdelinga vår held kontakten med aktørane gjennom å ha ein deltakar i «programstyre for infrastruktur», der alle destinasjonsselskapa i fylket er medlemmar. I tillegg har ein direkte kontakt med aktørane ved konkrete problemstillingar og spørsmål. Destinasjonsselskapa får invitasjon til å komme med innspel til planlegging av rutetilbodet kvart år. Dialog med store arbeidsplassar i fylket for å få fleire til å reise kollektivt til og frå arbeid.

VINSTMATRISE

- stor vinst for brukaren og Kringom
- lett å gjennomføre for brukaren og Kringom

TILTAK 4 – BILLETTPRODUKT OG BETALINGSLØYSINGAR

BESKRIVING

Leggje til rette for gode billettprodukt og betalingsløyser.

KAN KNYTES TIL FØLGJANDE MÅL OG DELMÅL I REGIONAL TRANSPORTPLAN:

- Kollektivtilbodet skal vere godt og tenleg for alle innbyggjarane i Sogn og Fjordane og for alle som vitjar eller er på gjennomreise i fylket.
- Kollektivtilbodet i Sogn og Fjordane skal vere innretta slik at det når flest mogleg.

KVA FOR UTFORDRINGAR VIL DETTE LØYSE?

- bruk av kontantar
- daudtid ved bruk av kontantar
- ein slepp å fylle på kortprodukta på bussen eller på kontoret

FORDELAR FOR BRUKARANE OG KRINGOM

- enklare å kjøpe billett
- betre oversikt over produkt og billettar
- raskare påstiging
- sparar tid

KORLEIS KAN VI GJERE DETTE?

- Sjå på samansetnaden av produktmiksen og gjere nødvendige endringar. Utvide produktsortimentet med til dømes 24-timarskort, vekekort, familiekort.
- Informere om at bussbilletten varar i ein time (du kan ta fleire busser innan ein time). Dette kan gjerne skrivast på billetten.
- Sal og påfylling av kortprodukt digitalt. Samferdsleavdelinga skal undersøke løysingar for dette. Løysing for påfylling av kortprodukt på nett innan utgangen av 2018.
- Løysing for sal av billetter på nett og mobil innan utgangen av 2018. Sogn og Fjordane ønskjer å vere ein del av ei nasjonal løysing på billettsal og ruteplanlegging, og samarbeider difor tett med Entur om utvikling av desse tenestene. Fleire utfordringar må løysast før ein kan innføre førehandssal av billetter for Kringom. Vi må mellom anna endre reglar og rutinar for handtering av pengestraumar. Vi må òg få på plass avtalar med kommersielle aktørar.
- Vurdere ein eigen Kringom-app.

VINSTMATRISE

- lett å gjennomføre for brukaren
- middels vanskeleg å gjennomføre for Kringom
- stor vinst for brukaren og Kringom

TILTAK 5 – FYSISKE TILTAK

OMTALE:

Oppgradere haldeplassar og terminaler ut frå universell utforming.
Studiestart

KAN KNYTAST TIL FØLGJANDE MÅL OG DELMÅL I REGIONAL TRANSPORTPLAN:

- Kollektivtilbodet i Sogn og Fjordane skal vere innretta slik at det når flest mogleg.
- Det skal vere enkelt å reise kollektivt.

KVA FOR UTFORDRINGAR VIL DETTE LØYSE?

- enklare for reisande å sykle til haldeplassen
- moglegheit for å tydeleggjere informasjon om produkt og tenester

FORDELAR FOR BRUKARANE OG KRINGOM

- betre komfort og tryggleik for dei reisande
- fleire reisande og nøgde kundar

KORLEIS KAN VI GJERE DETTE?

- Oppgradere venteromma på terminalane.
- Etablere sykkelparkering med tak og sykkelstativ på sentrale haldeplassar.
- Sjå på moglegheiter for å lade mobil på bussen, haldeplassar eller terminalar.
- Gjennomgå haldeplassar som manglar universell utforming og informasjon.

VINSTMATRISE

- lett å gjennomføre for brukaren
- lett å gjennomføre for Kringom
- stor vinst for brukaren og Kringom

TILTAK 6 – KUNDEUNDERSØKINGAR

OMTALE

- Kundeundersøkingar for å avdekke endringar i reisemønster og behov.

KAN KNYTAST TIL FØLGJANDE MÅL OG DELMÅL I REGIONAL TRANSPORTPLAN:

- Kollektivtilbodet i Sogn og Fjordane skal vere innretta slik at det når flest mogleg.

KVA FOR UTFORDRINGAR VIL DETTE LØYSE?

- gir innsikt i brukarane sine vanar og behov
- bakgrunn for å endre marknadsstrategi- og plan etter nye funn

FORDELAR FOR BRUKARANE OG KRINGOM

- Det blir enklare å måle effekten av tiltak.
- Brukarane kan seie meininga si.

KORLEIS KAN VI GJERE DETTE?

- Gjennomføre ombordundersøking etter oppstart Sogn, Lokalbåt, Nordfjord i 2018.
- Halde fram med å delta i Kollektivbarometeret.
- Gjennomføre kundeundersøkingar knytt til arbeidet med produktmiksen og sal av billetter på nett/mobil.
- Utføre kundeundersøkingar knytt til dei andre tiltaka.
- Gjennomgang av TT og LTU og andre relevante prosjekt i løpet av perioden.

VINSTMATRISE

- lett å gjennomføre for brukaren
- lett å gjennomføre for Kringom
- stor vinst for brukaren og Kringom

TILTAK 7 – SANNTIDSINFORMASJON

Undersøke moglegheita for å sette i gang sanntidsinformasjon – på app, skjerm eller begge deler.

OMTALE

- Infoskjerm på buss, haldeplass eller app som seier kvar busen er no.

KAN KNYTAST TIL FØLGJANDE MÅL OG DELMÅL I REGIONAL TRANSPORTPLAN:

- Kollektivtilbodet skal vere godt og tenleg for alle innbyggjarane i Sogn og Fjordane og for alle som vitjar eller er på gjennomreise i fylket.
- Det skal vere enkelt å reise kollektivt.
- Det skal vere eit heilskapleg rutesystem som heng saman med høvelege korrespondansar og enkel omstiging på korrespondansepunkt.

KVA FOR UTFORDRINGAR VIL DETTE LØYSE?

- Brukaren trenger ikkje å lure på om busen har gått.
- Kringom kan informere om forseinkingar og avvik.

FORDELAR FOR BRUKARANE OG KRINGOM

- Brukaren får informasjon om busen er i rute og når den kjem. Reisesituasjonen blir trygg og føreseieleg.

KORLEIS KAN VI GJERE DETTE?

- Dette må utgreiast.

VINSTMATRISE

- stor vinst for Kringom og brukaren
- vanskeleg å gjennomføre for Kringom
- enkelt å gjennomføre for brukaren

Informasjon og kampanjar

For å få folk til å velje kollektivt framfor bil må ein opplyse breitt om Kringom sine produkt og tenester – dette kan løysast ved å lage ulike typar kampanjar: informasjonskampanjar, vervekampanjar, haldningskampanjar eller kampanjar i samarbeid med ein tredjepart. Slike kampanjar bør utformast av eit design- eller reklamebyrå som har kompetanse på området.

Under er ei liste over forslag til ulike typar kampanjar basert på arbeidet med Innsiktsrapporten 2018, der det kom fram at Kringom sine reisande har dårleg oversikt over tenestene og produkta til Kringom.

REISEPLANLEGGAREN ENTUR

Kampanje for å fremje reiseplanleggaren Entur (i sosiale medium, på kringom.no, annonsar i aviser, plakatar på bussar, skjermar på terminalar).

OMTALE

Kampanje for å gjere reiseplanleggaren (Entur) kjend for publikum – korleis ein kan få informasjon om rutetilbodet – og lære brukarane å bruke reiseplanleggaren. Opplyse om rutetilbodet.

KAN KNYTES TIL FØLGJANDE MÅL OG DELMÅL I REGIONAL TRANSPORTPLAN:

- Kollektivtilbodet skal vere godt og tenleg for alle innbyggjarane i Sogn og Fjordane og for alle som vitjar eller er på gjennomreise i fylket.
- Det skal vere enkelt å reise kollektivt.
- Det skal vere eit heilskapleg rutesystem som heng saman med høvelege korrespondansar og enkel omstiging på korrespondansepunkt.

KVA FOR UTFORDRINGAR VIL DETTE LØYSE?

- manglande kunnskap om korleis Entur fungerer
- manglande kjensle av tryggleik rundt avgangar og planlegging av reisa
- sleppe å sjekke fleire stadar
- rett informasjon – alltid all info på ein stad

FORDELAR FOR BRUKARANE OG KRINGOM

- Berre eitt kontaktpunkt for informasjon om eller planlegging av reisa.

KORLEIS KAN VI GJERE DETTE?

- Marknadsføring av reiseplanleggaren (i avisa?), på Facebook, på skjermene på dei ulike terminalane, på kino, på vidaregåande skular. Animasjon av korleis reiseplanleggaren fungerer på YouTube / Vimeo.

VINSTMATRISE

- enkelt å gjennomføre for brukaren og Kringom
- stor vinst for brukaren og Kringom

INFORMASJONSKAMPANJE BILLETTPRODUKT

Kampanje for eksisterande billettprodukt, enkelbillett, verdikort, periodekort, rabattar og vilkår – ein informasjonskampanje (i sosiale medium, på kringom.no, annonser i aviser, plakatar på buss og terminalar, skjermar).

OMTALE:

I dag veit innbyggjarane i fylket for lite om kollektivtilbodet og kva slags produkt vi har. Vi kan køyre kampanje på Facebook, kringom.no, skjermar og på plakatar – både på bussar, ferjer og terminalar.

KAN KNYTAST TIL FØLGJANDE MÅL OG DELMÅL I REGIONAL TRANSPORTPLAN:

- Kollektivtilbodet skal vere godt og tenleg for alle innbyggjarane i Sogn og Fjordane og for alle som vitjar eller er på gjennomreise i fylket.
- Det skal vere enkelt å reise kollektivt.
- Kollektivtilbodet i Sogn og Fjordane skal vere innretta slik at det når flest mogleg.

KVA FOR UTFORDRINGAR VIL DETTE LØYSE?

- Ein gjer folk merksame på kva for billettprodukt vi har, m.a. periodekort, verdikort og ungdomskort.

FORDELAR FOR BRUKARANE OG KRINGOM

- Brukarane kan vurdere om dette er produkt som kan passe for dei.
- Det blir fleire reisande.

KORLEIS SKAL VI GJERE DETTE?

- Eit byrå vil lage desse kampanjane.
- Kampanjeplan og repetisjon.
- Måle effekten av kampanjen.

VINSTMATRISE

- stor vinst for Kringom og brukaren
- enkelt å gjennomføre for Kringom og brukaren

KAMPANJE: REIS KOLLEKTIVT

Kjennskapskampanje – gratis

OMTALE:

Gratis prøveperiode for folk som vil teste om kollektivreiser til og frå jobb er noko for dei. Rabatt viss dei ynskjer å fortsetje.

KAN KNYTAST TIL FØLGJANDE MÅL OG DELMÅL I REGIONAL TRANSPORTPLAN:

- Kollektivtilbodet skal vere godt og tenleg for alle innbyggjarane i Sogn og Fjordane og for alle som vitjar eller er på gjennomreise i fylket.
- Det skal vere enkelt å reise kollektivt.
- Kollektivtilbodet i Sogn og Fjordane skal vere innretta slik at det når flest mogleg.

KVA FOR UTFORDRINGAR VIL DETTE LØYSE?

- Brukarane får testa ut «fordommane» i praksis.

FORDELAR FOR BRUKARANE OG KRINGOM

- Moglegheit til å teste i praksis utan at det kostar noko.
- Tener på det økonomisk.
- Kringom får vist fram produkt og tenester, noko som kan føre til fleire reisande.

KORLEIS SKAL VI GJERE DETTE?

- Ta kontakt med store arbeidsplassar og andre og opplyse om tilbodet. Utferde eit gratis periodekort ein kan fylle på seinare. Kampanjetips: Legen Geir (47) tek bussen til og frå jobb til sjukehuset kvar dag. Ver smart – gjer som Geir!
- Marknadsføring på plakatar på bussar, rutebilstasjonar, kringom.no, Facebook, skjermar, annonsar i avisa, flyers.
- Eit byrå vil lage desse kampanjane.

VINSTMATRISE

- passeleg vinst for Kringom
- stor vinst for brukaren
- enkelt å gjennomføre for brukaren og Kringom

ANDRE MOGLEGE KAMPANJAR:

- Kampanje for Første måned gratis, Reis gratis med Kringom ei heil veke (knytast til dømes til skulestart eller haustferie), Bonusordning, Earlybird, Verv ein ven.

KAMPANJAR KNYTT TIL ARRANGEMENT

OMTALE:

Informasjon om rutetilbod knytt til arrangement som festivalar, kultur- og sportsarrangement.

KAN KNYTAST TIL FØLGJANDE MÅL OG DELMÅL I REGIONAL TRANSPORTPLAN:

- Kollektivtilbodet skal vere godt og tenleg for alle innbyggjarane i Sogn og Fjordane og for alle som vitjar eller er på gjennomreise i fylket.
- Det skal vere enkelt å reise kollektivt.

KVA FOR UTFORDRINGAR VIL DETTE LØYSE?

- betre kjennskap til rute- og tenestetilbodet

FORDELAR FOR BRUKARANE OG KRINGOM

- Moglegheit til å teste bussen i praksis.
- Kringom har moglegheit til å nå ei konkret målgruppe.

- Kringom blir knytt til arrangøren, noko som gir fleire kanalar og omdømmebygging.

KORLEIS SKAL VI GJERE DETTE?

- i samarbeid med arrangøren
- informasjon på plakatar, skjermar, avisannonser, Facebook og kringom.no
- eksempel på mogleg kampanje: Korleis kan du best nytte bussen i festivalperioden? Reis grønt i festivalperioden! Reis kollektivt i festivalperioden.

VINSTMATRISE

- enkelt å gjennomføre for brukaren og Kringom
- stor vinst for brukaren og Kringom

FORSLAG TIL KAMPANJAR

Kampanje om tilboda Kringom har. Kan mellom anna knytast til:

- studiestart
- Teaterfestivalen i Fjaler
- Skibussen

8. Vedlegg

Innsiktsrapport 2018