

JUNI 2018

Eit enklare kollektivtilbod i Sogn og Fjordane

Sogn og Fjordane fylkeskommune

INNSIKTSRAPPORT
2018

HALTENBANKEN

MANNHEIMER

1. Introduksjon

- Oppgåva
- Team

2. Metode

- Design Thinking
- Metodeverktøy
- Metode: før, under, etter

3. Bakgrunn

4. Funn

- Brukarane sine ynskje

5. Analyse

- Analyse av brukarreiser, djupneintervju og observasjon
- Samanlikning faktagrunnlag og innsikt
- Sentrale punkt

6. Konklusjon

7. Tiltak

- Idear frå idéfasen
- Tiltak som kan setjast i gang
- Tiltak ein bør greie ut

1

Introduksjon

Introduksjon

Sogn og Fjordane fylkeskommune ynskjer å gjere det enklare å reise kollektivt i fylket. For å styrke kunnskapsgrunnlaget treng dei å vite meir om kva behov dei einskilde brukarane har for kollektivtransport. For å formulere ei tiltaksliste og ein marknadsplan, må ein avdekke og analysere både kundereisa og brukaropplevinga.

OPPGÅVA

Oppgåva inneber først å avklare haldningar, krav og forventingar hos brukarane av kollektivtilbodet i Sogn og Fjordane. Ved å kople dette til eksisterande data frå kundeundersøkingar, billettstatistikk og kollektivbarometer, får ein eit godt utgangspunkt for å prioritere tiltak i arbeidet med rutetilbod, i tillegg til produkt- og marknadsutvikling for Kringom, som driv kollektivtilbodet i fylket.

Denne rapporten representerer kunnskapsgrunnlaget for å utvikle tiltak og vidareutvikle marknadsplanen til Kringom.

Kunnskapen som finst i dag er kvantitativ, og innsikta som er henta inn her er djupnekunnskap som utdjupar det kvantitative. Intervjua og observasjonen er basert på det eksisterande faktagrunnlaget og mål og delmål i Regional transportplan. Djupneinnsikta gir eit innblikk i dei reisande sine vanar og behov, og tiltaka som er føreslått er meint å vere brukarvenlege og lette kvardagen til dei reisande.

TEAM

Vi har sett saman ei unik tverrfagleg arbeidsgruppe frå designbyrået Haltenbanken og kommunikasjonsbyrået Mannheimer til dette prosjektet.

Mannheimer stiller med ekspertise innan strategisk kommunikasjon, analyse, innsikt og spørjeundersøkingar, medan Haltenbanken har brei erfaring med Design Thinking som metode, brukarorienterte designprosessar, merkevarestrategi og merkevarebygging.

2

Metode

Design Thinking

Metodeverktøy

Metode: før, under, etter

Metode

I denne oppgåva kombinerer vi metodar frå brukarorientert design og kommunikasjonsutvikling. Kombinasjonen av dei ulike tilnærmingane gir eit brei og tverrfagleg tilnærming.

DESIGN THINKING SOM METODE

Vi brukar Design Thinking som metode for å kartlegge brukarreisa (også kalla kundereisa). Med utgangspunkt i innsikta denne metoden gir, vil vi utarbeide tiltak for å gjere bruken og opplevinga kundane har av tilbodet til Kringom enklare og meir saumlaust.

Design Thinking er ein brukarorientert metode som tek utgangspunkt i perspektivet til brukaren i all designutvikling. Metoden blir gjerne delt opp i ulike fasar, der dei første fasane handlar om å få ei grundig forståing av kven brukaren er, og kva slags behov og utfordringar han eller ho har. I tillegg til observasjon og intervju skal designaren også setje seg i brukaren sin stad.

Metoden krev at vi snakkar med brukarar som er i målgruppa for prosjektet. Saman med observasjon og intervju, samlar vi desse erfaringane til eit større bilete som kan avdekke kvifor brukarane vel og handlar slik dei gjer.

Med Design Thinking blir ein kjend med superbrukaren (den som kan alt), den søkande brukaren som gjerne ynskjer meir informasjon, og den potensielle brukaren som ein kan nå med den rette kommunikasjonen.

Metodeverktøy

Vi har samla innsikt frå brukarane ved hjelp av tre forskjellige metodeverktøy. Dei tre metodane brukarreise, djupneintervju og observasjon er delte inn i tre fasar – før, under og etter – som speglar brukarane sine koplingar til kollektivtilbodet.

METODE – FØR, UNDER OG ETTER

Ved hjelp av metodeverktøya har vi kartlagt og fått innsikt i brukarane si erfaring og oppleving av kollektivtilbodet i Sogn og Fjordane – både før, under og etter reisa.

Metode 1: Kartlegging av brukarreisa

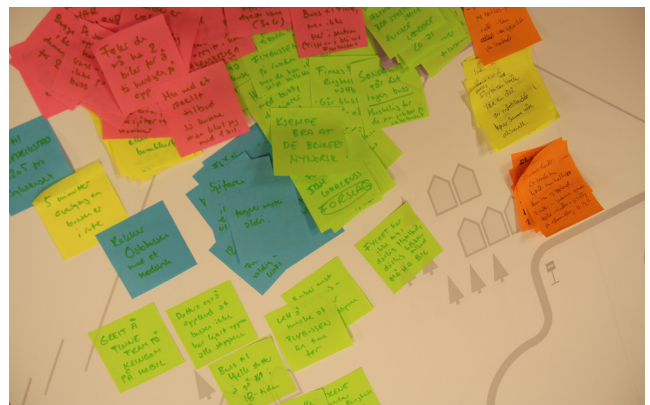
Brukarreise, også kalla kundereise, er ein metode for å få innsikt i brukarane sine opplevingar og kontaktpunkt i møte med ei teneste eller ein prosess. I si enklaste form er det ei tidslinje der alle aktivitetane som brukaren eller kunden går gjennom blir setje opp i kronologisk rekkefølge.

Gjennom denne øvinga får vi ei djupare forståing av behov. Ved å teikne opp brukarreisa kan vi avdekke område der brukaren har negative opplevingar. Viss dei er knytte til dagens løysing, kan behovet vere å forbetre ho. Viss brukarreisa derimot syner at dei negative opplevingane oppstår ein stad der det ikkje finst noko tilbod eller løysing, kan behovet vere å ta tak i det.

Vi har gjennomført to brukarreiser i workshopar hos fylkeskommunen i Sogn og Fjordane.

- **Dato:** 24 januar 2018
- **Stad:** Sogn og Fjordane Fylkeskommune i Førde
- **Prosjektdeltakarar:** Åsta Lindemann og Sissel Falch frå Haltenbanken
- **Respondentar:** 7 kvinner (skuleelev 16 år, student 19 år, student 26 år, organisasjon 30 år, undervisning 41 år, pensjonist 65 år, helse 58 år), 2 menn (helse 53 år, media 45 år)

Bilete frå brukarreise-workshop hos fylkeskommunen i Sogn og Fjordane.



Metode 2: Djupneintervju

Når vi gjer intervju, får vi innsikt i korleis brukarane opplever og erfarer Kringom sine tenester i kvardagen. I intervjuet får vi innsikt og djupnekunnskap om hendingar, hendingsgang, meiningar, vurderingar, argument og avgjerder.

Innsikt i brukaren gir oss eit stødig grunnlag for å utvikle tiltak som treff faktiske behov. Djupneintervjuet kan dermed sjåast på som ei forsikring for å treffe dei rette vala og tiltaka.

Det har blitt gjennomført seks djupneintervju via telefon.

- **Dato:** Veke 5
- **Stad:** Førde, Eid, Florø
- **Prosjektdeltakarar:** Lene Bergmann, Einar Olsson og Inga Undheim frå Mannheimer
- **Respondentar:** 4 kvinner (pensjonist 68 år, student 19 år, helse 43 år, fotograf 35 år), 2 menn (skuleelev 18 år, helse 62 år)



Metode 3: Observasjon

Vidare utforskar vi kontaktpunkta og dei problemområda som blir avdekkja gjennom observasjon og empati. I tillegg til rein observasjon og intervju, skal designaren også setje seg i brukaren sin stad.

Dette er ei empati-øving som gir mykje kunnskap om brukaropplevinga. Ved å gjennomføre brukarreisa sjølv, vil ein få ei oppleving som i stor grad liknar den brukaren har, og sjå mykje av det same som brukaren ser.

- **Dato:** 1. mars 2018
- **Prosjektdeltakarar:** Åsta Lindemann og Sissel Falch frå Haltenbanken
- **Reiserute:**
 - Nettbuss: Bergen–Førde (Ferje) 08:00–11:30
 - Lokalbuss: Førde–Florø 12:30–13:30
 - Bybuss: Florø 14:00
 - Lokalbuss: Florø–Førde 15:00–16:00
 - Bybuss: Førde 16:30
 - Flybuss: Førde–Bringeland 18:00
 - Fly: Førde–Bergen



Bilete frå observasjon.

Vi testar kollektivtilbodet i Sogn og Fjordane.



3

Bakgrunn

Bakgrunn

Bakgrunnen er ein syntetisert versjon av visjon, mål og delmål, slik dei er presenterte i høvesvis Kringom sitt førsteutkast til marknadsplan og Regional transportplan. Dette er grunnlaget for den kvalitative innsikta.

GENERELT OM KRINGOM

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

FAKTA OM KRINGOM

Bussruter

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

Skuleskyss

2017 – 6600 reisande til saman for grunnskulen og vidaregåande skule, omtrent likt som fjoråret

Ekspressbåt

2017 – 298 985 reisande

Lokalbåt

2017 – 173 279 reisande

VISJON FOR KRINGOM

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 transportsystem 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 lågutsleppsamfunn – og tilpasse infrastrukturen til eit endra klima med meir nedbør.

MÅL FOR KRINGOM, HENTA FRÅ REGIONAL TRANSPORTPLAN

Hovudmål

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

— REGIONAL TRANSPORTPLAN KAP. 5.1

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.»

SITASJONSANALYSE

Situasjonsanalysen viser at ein skårar godt på punktlegskap, 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.

	Styrkar	Svakheiter
Interne	<ul style="list-style-type: none"> • Riktig kompetanse i avdelinga • Alle anbod i gong frå sommaren av • God skår på hygienefaktorar som punktlegskap, tryggleik, service og komfort knytt til reisa • Mykje statistikk på reisemønster • Positiv haldning til merkenamn 	<ul style="list-style-type: none"> • Arbeidskrevjande IKT-system • Avhengig av rutedata frå andre leverandørar for at informasjonen skal vere komplett • Kapasitetsproblem/rushtidsproblematikk • Budsjettkutt i SFJ2019 • Sterkast misnøye i befolkninga er med rutetilbodet • Premissar blir lagt politisk
Eksterne	Moglegheiter	Truslar
	<ul style="list-style-type: none"> • Fokus på miljøvenlege transportløyningar • Region Vestlandet – samarbeid med Skyss • Nasjonal ruteplanleggar • Interoperabilitet • Teknologisk utvikling • Personbilar blir avgiftsbelagt, bompengar, parkering • Urbanisering 	<ul style="list-style-type: none"> • Geografi: spreidd busetnad og små byar • Region Vestlandet – tida fram til 2020 • Blir oppfatta som dyrt • Reisetid, komfort, fleksibilitet dårlegare enn bil • Avhengig av eksterne aktørar • Fragmentert kundegruppe

UTDJUPING

Vi har sett nærare på desse måla. Vi les og utdjupar desse måla og Kapittel 5 «Kollektivtrafikk» i Regional transportplan på følgjande måte:

Det skal vere enkelt for alle å finne korrekt informasjon om rutetider, billetter, pris, korrespondansar (jf. «Strategiar» kap. 5.2 i RTP).

Det skal vere enkelt for alle å gjennomføre sjølve reisa – altså god tilgang på billetter, låg terskel for billettkjøp [mange utsalsstader, internett/app], universell utforming av og god informasjon på haldeplassane (jf. delmål 3), kort veg mellom haldeplassane ved eventuell overgang, enkelt for alle å komme seg av og på buss/ferje/båt [for alle innbyggjargrupper – til dømes rørslehemma, eldre, barn, folk med vogn etc.] og god tilrettelegging for korrespondansar/overgangar (jf. delmål 2, og kap. 5.2 og 5.3 i RTP).

Reise- og billettprodukta skal gjere det attraktivt å reise kollektivt i fylket – altså akseptable prisar, gode rabattordningar, oppdatert materiell, god komfort og hygiene i transportmidla og på haldeplassane, og trygge, vennlege og hjelpsame sjåførar og tilsette.

Marknad og informasjon [RTP, kap. 5.2]: Vi ser at informasjonsarbeidet i Sogn og Fjordane er utfordrande, då kundegruppene og rutene i fylket varierer så mykje – med alt frå fastbuande til turistar på same rute og transportmiddel (jf. Kap 5.2 og 5.4 i RTP).

Endra reisemønster og -behov gir òg utfordringar i forhold til tradisjonelt aktive kundegrupper, som ungdom, eldre og pendlarar.

Kringom.no er den prioriterte informasjonskanalen både for informasjon til publikum og for tilbakemeldingar frå dei reisande. Reisande som ikkje er komfortable med internett, kan ringe 177.

Tiltaka (jf. Kap. 5.2.2 i RTP) blir gjentekne av Kringom.

KUNDEUNDERSØKINGAR OG KOLLEKTIVBAROMETERET

Det er gjort nokre kvantitative undersøkingar knytte til reisande: kundeundersøkingar i 2017 og Kollektivbarometeret 2018.

Oppsummering, kundeundersøkingar 2017:

Per i dag er dei som reiser primært skulereisande. Det er ei avgrensa mengde reisande som nyttar kollektivtransport til andre føremål. Dei som reiser med bussen i Sogn og Fjordane er gjennomgåande godt nøgde med reisa. Det er noko lågare tilfredsheit med ruteinformasjonen om bord og informasjonen om avgangstider på haldeplassane.

I undersøkingane er det komme fram nokre forbetningsmoglegheiter basert på kundeundersøkingar 2017. Desse kan oppsummerast slik:

Informasjon

Det blir anbefalt ein systematisk gjennomgang av rutine for å sikre informasjonstilgang om bord, og betre mobiltilpassing og promotering av reiseplanleggaren på internett. I tillegg trengst det informasjon om ulike billettprodukt og rabattordningar, og tydelegare informasjon om kva ein kan vente av kollektivtilbodet i nærmiljøet og generelt.

Pris er sjeldan eit område kundar er nøgde med. Kundeundersøkinga tilrår å synleggjere dei ulike alternativa som finst for personar som ikkje reiser kvar dag, slik at kunnskapen aukar. Pris på tilbod og talet på avgangar heng saman. Det er difor viktig å informere kunden om kva ein kan vente gitt dei avgrensingane som finst.

Barrierar

Eksisterande eller oppfatta barrierar må fjernast, slik som for store avstandar til næraste haldeplass, eller tid på avgangane.

Oppsummering: Kollektivbarometeret 2018

Sogn og Fjordane ligger nest sist i tilfredsheit i Norge, med 40 % tilfredsheit i 2018. Tilfredsheita har minka 5 % frå sist periode. Dei reisande er minst nøgde med tilbodet (42 %), informasjon (37 %) og valuta for pengane (41 %).

SAMLANDE KONKLUSJON BASERT PÅ KUNDEUNDER- SØKINGAR 2017 OG KOLLEKTIVBAROMETERET

Både kundeundersøkingar og Kollektivbarometeret viser at Kringom leverer godt på punktlege avgangar, personale/service, tryggleik, reinhald og standard på bussane.

Dei områda som blir framheva som å ha størst innverknad på tilfredsheita, er talet på avgangar, enkle korrespondansar/overgangar og informasjon. Personbilar er den største konkurrenten og argumentet for å køyre eigen bil i staden for kollektivt, er at dette er enklare for den reisande.

H H H H H H H

V A A A A A A

L L L L L L L

T T T T T T T

E E E E E E E

Z Z Z Z Z Z Z

B B B B B B B

A A A A A A A

N N N N N N N

K K K K K K K

E E E E E E E

N N N N N N N

4 Funn

Funn

Her kjem ei oppsummering av dei viktigaste funna frå brukarundersøkinga, djupneintervjua og observasjonen. Funna er sorterte etter kategoriene før, under og etter reisa.

Før reisa byrjar

Kva er det dei reisande tenkjer på før dei bestiller billett? Kvifor vel nokre Kringom – medan andre vel Kringom bort?

TILBOD OG PRODUKT

Kva slags tenester er det brukarane kjenner og ikkje kjenner til?

- Dei fleste hadde kjennskap til enkeltbillett eller månadskort for skuleelevar, og påfyllingskort, men var usikre på om dei fungerte i heile fylket, og om det eigentleg er noko å tene på det.
- De fleste hadde kjennskap til månadskort som ein kan fylle på bussen.
- Nokre av brukarane hadde kjennskap til Trygt Heim frå Førde og ut, medan ingen hadde høyrte om tilbodet utanfor Førde.

«Eg kunne tatt fly til Bergen, men vel buss av omsyn til miljøet. I tillegg er det både raskt og effektivt.»
«Eg er storfnøyd med rutene.»

PÅDRIVARAR FOR Å VELJE KRINGOM

Kvifor velje Kringom?

- Det er lett å bestille på Nettbuss.no, og bra at det finst sete-reservasjon.
- Bybussen er fargerik og lett å sjå i bybiletet. Du blir minna på at han er der.
- Kontoret sel tre typar kort (ungdomskort, periodekort 40 % rabatt, verdikort 17 % rabatt) og billetter til Nettbuss. Dei har òg skjema til utfylling av periodekort (må ha bilete og personleg informasjon, tek ei veke) og refusjon.

HINDER FOR Å VELJE KRINGOM

Kvifor vel ein ikkje Kringom?

- Det går sjeldan bussar og ferjer om ettermiddagen, om kvelden, i helgane og på heilagdagane. Dette gjer det vanskeleg å planlegge.
- Det er generelt få avgangar.
- Du kan ikkje kjøpe andre typar billetter på Firdakontoret.
- Nokre rutehefte er gamle, medan andre har feil kontakinformasjon.
- Brukarane synest det er korte opningstider og sjeldan ope. Mange lurar på om det er stengt i helgene.
- Brukarane synest det er vanskeleg å finne Firdakontoret i Førde.
- Det er vanskeleg å planlegge og finne reiseruter på Kringom.no. Ein må til dømes vite dei eksakte namna på haldeplassane og vere godt kjend i fylket for å forstå rutetabellen.
- Ein forventar ikkje kollektivtilbod om ein bur utanfor sentrum.

«Med eit reelt kollektivtilbod kunne ein ha klart seg utan bil, eller med ein bil. Fylket har ikkje tog. Det er dårleg med flytilbod, ja, dårleg med kollektivtilbod. Difor må ein ha bil. Det går greitt å bevege seg innanfor bygrensene, men med det same ein skal ut av byen blir det vanskeleg. Skal du over fylkesgrensa blir det endå meir komplisert, då bussane ikkje korresponderer, og fordi det er fleire ulike selskap som køyrer dei ulike bussane.»

INFORMASJON

Korleis fungerer informasjonen til Kringom?

kringom.no

«Kjempebra at dei brukar nynorsk.»

«Eg har gitt opp heile systemet!»

«Ikkje riu vekk det vesle vi har – rutetabellen»

- Brukarane synest det er vanskeleg å planlegge og finne reiseruter på Kringom.no.
- Skuleruta dukkar ikkje opp på nett, og fleire trur at ho ikkje er for andre enn skuleelevar.
- Det var mykje lettare å finne fram på Kringom før. Då kunne ein søke direkte. No må ein søke med Google for å komme til rett stad på Kringom.no.
- Det er ikkje lett for eldre å finne fram på nett.
- For dei eldre er det eit stort tap at ruteheftet i papir er borte.
- Dei unge fortel at foreldra må hjelpe dei med å søke etter rett rutetid.

På stoppa

- Det er gamle og utdaterte ruteoversikter på busstoppa.
- Mange av stoppa har ikkje ruteoversikt i det heile, fordi dei blir stolne.

På kontoret

- Mange ringer til hovudkontoret til Firda Billag for å spørje om ruter.
- Brukarane er frustrerte over at dei ikkje finn fram, og at bussane ikkje går når dei skal og dit dei skal.
- Ein kunne ta med informasjon om Flybussen, Fjordekspresen, Bybussen og buss Florø–Førde i eit lite, men hendig format.
- Skjermen med ruteinformasjon på utsida av venterommet er oversiktleg og lett å lese.

177

- Mange er frustrerte over at ruteheftet har gått ut av produksjon (her var alt samla på ein stad). Mange kvir seg for å ringe 177. Andre seier at dei ringer 177, men kjem til Firda sitt hovudkontor
- Nokre har gitt opp å ringe 177. Dei seier at dei får feil informasjon, og googlar i staden.

«Eg føretrekk å søke på nettet, fordi eg overhøudet ikkje stolar på 177. Eg googlar oftast, og stoler best på meg sjølv.»

«Det er faktisk ikkje så enkelt som eg meiner det burde vere. Dottera mi finn for eksempel ikkje ut av rutene når ho skal heim frå Bergen. Ofte må vi ringe 177 og spørje. Først og fremst skuldast nok dette at det er fleire selskap og mange ulike ruter samla på same stad. Det burde vere mogleg med ei løysing der alle ruter mellom Førde og Bergen kom opp samtidig, på same nettside. Slik det er no blir det ofte ein omfattande prosess, med mykje søking på nett – og ein forsikrande telefon til 177.»

PRIS

«Eg er sjokkert over at det er så billig!»

- Det er vanskeleg å finne prisen.
- Brukarane er stort sett nøgde med prisen.

«Det er like billig som bil på lengre turar.»

- Studentar synest det er litt dyrt.
- Folk vel langdistansebussane fordi det er billigare enn alternativa med fly og bil.

AVGANGAR

- Det er vanskeleg å finne ut av rutetidene på Kringom.no.
- Bussen går for tidleg, slik at ein kjem for tidleg fram og blir sittande å vente, men dei fleste ynskjer seg tidlegare avgangar.
- For få avgangar i rushtida gjer at ein må vente.
- Nokre synest det er for sjeldan med bybuss ein gong i timen.
- Nokre etterlyser kollektivtilbod på søndagar og heilagdagane.
- Mange skulle ynskje bussane hadde seinare avgangar. Slik det er no, sluttar bussen å gå før folk er ferdige på jobb.

«Det er utruleg dårleg busstilbod om kveldane. Bussane sluttar jo å gå før butikkane har stengt!»

«Rutene i utkantane er som dei er, og speglar sjølusagt busetjingsmønsteret. Eg har forståing for kvi for det må vere slik. Likevel synest eg at dei gamle og skrøpelege, dei som bur i distrikta og verkeleg treng kollektiuttransport, bør få eit betre tilbod

»

ALTERNATIVE TRANSPORTMIDDEL – BIL ELLER SYKKEL

- Dei som bur i distrikta vel stort sett bil, fordi busstilbodet ikkje er tilstrekkeleg.
- Mange køyrer til både jobben og butikken, sjølv om avstanden er så kort at dei kunne ha gått eller sykla.
- Mange seier at dei må ha to bilar for å få kvardagen til å gå opp.
- Fleire vil helst sleppe å bruke bil, men grunna dårleg korrespondanse og få avgangar utanfor bygrensa går ikkje dette.

«Slik det er no, er det vanskeleg å sykle mange stader på grunn av trafikken. Det er mange stader eg ikkje kjenner meg trygg nok til å sykle»

«Det er ingen passande bussruter som kan ta meg dit eg skal, og så ofte som eg har behov for. Ofte må eg bevege meg frå ein stad til ein annan i løpet av arbeidsdagen, og då brukar eg bil. Slik tilbodet er no, er det rett og slett ikkje nok avgangar, og heller ikkje passande ruter. I mange tilfelle kunne eg like gjerne ha gått – men det tek jo også tid»

«Foreldra mine køyrer meg til eller frå trening, skule eller jobb.»

«Førdianarar kan ikkje gå ein meter – det er amerikanske tilstandar!»

«Eg brukar bil når eg ser det er mest praktisk, eller når det er risikabelt å stole på bussen – til dømes når eg må reise att og fram ulike stader på ein og same dag i samband med jobb, eller når eg treng plass til varer eller utstyr.»

Under reisa

Kva opplever passasjerane under reisa med Kringom?

HALDEPLASSEN / RUTEBILSTASJONEN

«Busstoppet ligg mørkt til rett etter ein tunnel. Eg må lyse med mobilen eller stå med refleks og veive for å vere sikker på at bussen skal stoppe.»

- Dei fleste fortel at haldeplassane er i kort gangavstand frå heimen, medan andre har for lang veg å gå.
- Nokre fortel at dei saknar busskur på haldeplassane.
- Rutebilstasjonen i Førde er lite sjarmerande.
- Det heng lappar om opningstider, informasjon om ruter og andre tilbud. Dette kan virke rotete, reint estetisk.
- Venterommet er ope mellom 07:00 og 20:30, sjølv om bussane har både tidlegare og seinare avgangar.
- Florø rutebilstasjon er i same stand som rutebilstasjonen i Førde. Stasjonen har også matbutikk og vinmonopol i same bygg – noko mange er nøgde med.
- Når det gjeld informasjon, bidrog det store talet informasjonslappar og lokal reklame til at skjermen med ruteinformasjon vart mindre synleg.
- Dei fleste haldeplassane har skur av variabel kvalitet – med og utan benkar. Nokre hadde informasjon på haldeplassane (Bybussen). Mange stader var det likevel berre ein stolpe utan noko form for informasjon.

BETALING / BILLETT

- Det er lett å kjøpe billett – både på bussen og på nett.
- Brukarane er nøgde med å kunne nytte både kontantar og bankkort på bussen.
- Nokre passasjerar synest det er tungvint at ein alltid må gå fram til sjåføren for å vise billett. Dette gjeld til dømes passasjerar med vogn og barn.
- På ekspressbuss blir ein oppmoda om å kjøpe billett med rabattert pris på nett. Ein får tilsnakk av sjåførane om ein ikkje har skrive ut billetten. For brukarane er det eit minus at ein må skrive ut billettane.
- Ut frå billetten ein får i bussen er det vanskeleg å vite kor lenge han er gyldig.
- Terminalen i Florø fungerer ikkje alltid som han skal. Det er dessutan dårleg dekning, så det er ikkje alltid like lett å få kjøpt billett der.

KOMFORT

- Ekspressbussane er gode, varme og komfortable.
- Mange synest det er behageleg å køyre buss over lengre distansar – ein kan slappe av, lese, høyre musikk og sove.
- Mange synest det er godt å ikkje ha ansvar for trafikken.
- Nokre fortel at internettet på ekspressbussane er dårleg.
- Mange er nøgde med komfortpakkane med puter og pledd på ekspressbussen.
- Nokre fortel at andre passasjerar kan vere utfordrande på ekspressbussen.
- Folk set pris på kafétilbod når dei reiser med ferja.
- Folk er generelt sett nøgde med reinhaldet på bussane. Lokalbussane får betre omtale enn ekspressbussane.

«Det er behageleg å reise med buss. Eg kan slappe av, og slepp å sitje og følge med på vegen. Eg reiser primært med buss på lengre strekningar.»

«Å reise med buss er avslappande, enkelt og lettuint: Du set deg inn og blir transportert dit du skal – alt er inkludert.»

SJÅFØRAR

- Det er ulik oppfatning av sjåførane. Nokre er venlege og hjelpsame, medan andre «sjefar» litt med passasjerane. Mykje tydar på at konflikten har med generasjonsskilje å gjere, då det særleg er dei yngre passasjerane som opplever at dei eldre sjåførane tek ei autoritær rolle.
- Konflikten mellom sjåførar og passasjerar går òg andre vegen: ein har blant anna observert at sjåførar blir skjelt ut av passasjerar for å vere forseinka i høve til ruta.
- Sjåførane er flinke til å minne folk om å bruke bussbelte.
- Nokre er bekymra for tryggleiken. Det er særskilt krevjande å kjøre buss i Sogn og Fjordane og mange av sjåførane er seniorar.
- Sjåførane får skryt for å vere finke til å informere – både på norsk og engelsk

«Eg synest sjåførane kunne trengt eit servicekurs.»

«Om bussen kjem og eg ser at det er ein sjåfør som har kjefta på meg tidlegare så tør eg ikkje å gå på. Då går eg heller ned til sentrum, sjølv om det er mørkt, eller ringer og ber mamma om å køyre meg.»

«Eg synest ikkje sjåførane skal behandle meg dårleg berre fordi eg er ung.»

«Eg har opplevd å få kjeft fordi eg gjekk på feil buss.»

«Eg har latt vere å ta buss fordi eg har dårlege minne om korleis bussjåførane snakkar til meg og til andre

PRODUKT OG TILBOD

- Mange er godt fornøgde med Ringbussen.
- Folk set pris på skikkelege barnesete i bussane.
- Mange etterlyser nett på lokalbuss og bybuss, og betre nett på Nettbuss.
- Fjordekspresen får skryt for appen sin.
- Kampanjar har god effekt. Folk hugsar mellom anna at det har vore gratis busstilbod ein dag, og at det var bra.

INFORMASJON

- Høgtalaranlegga er dårlege, slik at informasjonen er vanskeleg å få med seg for dei som ikkje snakkar norsk.
- Informasjonen er generelt lett tilgjengeleg og forståeleg på både korte og lange distansar. Bussjåførane er hjelpsame og flinke til å informere.

RUTER OG AVGANGAR

- Folk er nøgde med traseen til Flybussen.
- Det finst ikkje informasjon om Flybussen nokon stad – men alle dei lokale veit at Flybussen går ein time før avgang. Dette gjer det vanskeleg for dei som kjem utanfrå å forstå rutene for flybussen.
- Flybussen er primært for dei som skal til flyplassen, men brukarane fortel at dei likevel av og til får vere med Flybussen «på runden», og at reisa då er gratis.

«Det verste er bussbyte der ein sjølv må passe på korrespondansen vidare og finne rett buss.»

KORRESPONDANSE

- Mange opplever korrespondansane som krevjande. Brukarane må sjølv seie ifrå, sjåførane må ringe kontoret og få telefonnummer til andre sjåførar, for så å ringe og avtale. Brukarane etterlyser eit betre organisert system for korrespondanse, slik at dei kan føle seg tryggare når dei reiser kollektivt.
- Det er korrespondanse mellom Kringom og langdistansebussane.
- Det er dårleg med korrespondanse når ein skal over fylkesgrensene.
- Ekspressbussane kjem ikkje alltid når dei skal.
- Fjordekspresen kommuniserer seg imellom om folk som skal vidare med andre ruter.
- Bussjåførane kan ikkje alltid gi svar på korresponderande ruter.

Etter reisa

Er det noko brukarane tenkjer på etter reisa er over?

GENERELT

- Alt etter reisa er greitt, då har ein kome fram.

SJÅFØRAR

- Brukarane fortel at sjåførane er greie og hjelpsame med bagasjen på flyplassen.

RUTER OG AVGANGAR

- Folk er godt nøgde med traseen til Flybussen i Førde.
- Folke er generelt nøgde med rutetilbodet på Bybussen i Førde og Florø.

Brukarane sine ynskje

I samtalane våre med brukarane noterte vi fleire ynskje.
Her er nokre av dei.

FØR REISA

Brukarane ynskjer:

- ei enklare nettside
- at rutetabellane skal bli betre synlege på nettsida
- fleire avgangar
- at skuleruta blir synleg på Kringom.no
- skulebuss med endå betre dekning
- ein app
- betre kvelds- og nattilbod – ikkje berre laurdag og søndag, men heile veka
- betre rutetilbod i høgtider og på heilagdaggar
- familiekort
- å kunne gjere billettkjøp i butikk, til dømes på Narvesen
- mindre bussar og hyppigare avgangar, fordi det er betre for miljøet
- betre rutetilbod, også i grisgrendte strøk
- plassgaranti
- ein kampanje for bussfolkeskikk (Skyss)
- 24-timars billett med moglegheit for overgang til andre fylke

UNDER REISA

Brucarane ynskjer:

- eit enklare oppsett på nettsida
- samkøyring med Flybussen, og å kunne nytte Flybussen som lokalbuss
- mindre bussar som kan køyre lengre opp i nabolaga, og ha hyppigare avgangar
- betre korrespondansar mellom ekspressbuss og lokalbuss
- eit betre system for kommunikasjon mellom bussjåførane
- lik utforming på haldeplassane – med skur, benk og oppdaterte ruter
- meir effektive ruter
- punktlege bussar
- billettar som varar i opptil to timar
- betre tilgang for rullestolbrukarar
- sanntidsmast på alle stoppa
- stilleområde på bussen (forbod mot mobilbruk)
- å kunne gå på bussen bak
- nokon med ansvar for å hjelpe til ved korrespondansar, for å sikre tryggleika til dei reisande
- bussar som er betre tilpassa eldre og skrøpelege
- at det er lov å ta med hund på bussen
- at det er gratis å ta med sykkel på bussen
- ein app der alle ruter er samla
- hyppigare brukarundersøkingar
- betre tilbod i distrikta

ETTER REISA

Brucarane ynskjer:

- I distrikta ynskjer ein at det skal vere mogleg å gå av litt nærare der ein bur – om ikkje akkurat utanfor døra, så nærare

5

Analyse

Kva snakkar dei om når dei
snakkar om Kringom?

Analyse av brukarundersøkingar, djupneintervju og observasjon.

Nokre element går att i samtalar med Kringom sine brukarar.

Informasjon: Folk er usikre på rutetabellen, både i fysisk format 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.

Alternativ til bil: Brukarane ynskjer gjennomgåande å la bilen stå og bruke buss i jobbsamanheng – viss det blir lagt til rette for dette.

Lange reiser: Brukarane er særst godt nøgde med komfortnivået på dei lange bussreisene.

Haldeplassar: Fleire lar vere å ta buss fordi det manglar busstur, fordi busshaldeplassen er for langt unna heimen eller fordi haldeplassane ligg på lite praktiske stader.

Pris: Dei fleste brukarane opplever tilbodet som rimeleg.

Service: Dei unge fortel om dårleg behandling og service frå bussjåførane. Dette kan gå ut over rekrutteringa av brukarar på sikt.

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

Miljø: Omsyn til miljøet er eit gjennomgåande argument for å velje buss framfor bil eller fly.

Tendens 1: Fleire fortel at dei vel å køyre buss på lengre turar, men brukar bil for daglegdagse oppgåver som handleturar, besøk, trening og liknande. Hovudgrunnane folk oppgjev for å reise kollektivt på lengre turar, er at det er behageleg, ein slepp til dømes å tenke på vêr og trafikk og kan gjere andre ting i staden. Det er eit gjennomgåande inntrykk av god komfort.

Tendens 2: Dei som bur utanfor sentrum, fortel at dei vel bil i det daglege fordi dei opplever at bussforbindelsane er dårlege, at bussane ikkje går ofte nok eller er tilpassa behova deira. Eit anna gjennomgåande svar er at bussen byrjar å gå for seint om morgonen og sluttar å gå for tidleg om kvelden.

Samanlikning faktagrunnlag og funn frå innsiktsprosjekt 2018

Her har vi samanlikna det vi ser som dei viktigaste punkta, basert på innsikta frå djupneintervjua, fokusgruppa og observasjonen, med kundeundersøkingar og Kollektivbarometeret. I tillegg har vi kommentert dei stadene der den nye innsikta stemmer overeins med det eksisterande faktagrunnlaget, og dei stadene vi finn avvik.

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

- Punktlege avgangar
- Personale/service
- Tryggleik
- Reinhold
- Standard på bussane

Desse områda blir definerte som hygienefaktorar knytte 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
- Informasjon

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

For å auke tilfredsheita må vi difor vurdere å:

- Betre informasjonen til dei reisande
- Auke talet på avgangar
- Gjere korrespondansar/overgangar enklare

I djupneinnsikta finn vi eit tydeleg avvik frå kundeundersøkinga:

I intervju seier intervjuobjekta at dei ikkje er misnøgde med pris. Dette avviket kan ha med den opne spørsmålsformuleringa i djupneintervju å gjere. Det er lettare å svare at ein er misnøgd med pris om ein må svare ja eller nei, men i ei opa spørsmålsformulering skjuler det seg andre svar.

Ifølge djupneinnsikta er folk passeleg nøgde, men ikkje meir.

Dei som er ekstra nøgde med kollektivtilbodet, er:

- Studentar som nyttar spesialtilbod som skibussen og Flybussen, og studentar som pendlar/reiser til og frå Bergen.
- Vaksne og ungdom som nyttar Flybussen.
- Vaksne og ungdom som nyttar sentrumsbuss på korte avstandar.
- Vaksne jobbspendlarar som reiser kortare pendlarstrekningar der ein ikkje er avhengig av bussbyte.

Dei som er misnøgde, er

- Vaksne og ungdom som er avhengige av å reisa kollektivt utanfor sentrum,
- Vaksne jobbspendlarar som reiser over lange avstandar og er avhengig av overgangar og følar at kollektivtilbodet ikkje er tilpassa deira liv.
- Fleire vaksne kunne tenkje seg å nytte kollektiv transport til jobb, men tilbodet er for dårleg, og dei vel heller bil.

For å sikre at passasjerane vert meir nøgde kan det vere ein god idé med informasjonsarbeid om dei ulike produkta og tenestene. Då vil ein syte for at fleire får vite om dei gode tilboda og tenestene. I tillegg bør ein sjå på moglegheita for å etablere eit sanntidssystem, då dette vil minske uvissa knytt til overgangar. Ein bør òg sjå på dei konkrete rutene og vurdere om dei er tilpassa folk sine kvardagsrutinar, som reise til og frå jobb, handling og kveldsaktivitetar.

KUNDEUNDERSØKINGA OG KUNDEBAROMETERET

Kundeundersøkinga samsvarar til ein viss grad med Kundebarometeret.

Vi meiner det er av interesse å kommentere talet på avgangar:

Her er 23 % nøgde, noko som i høg grad seier noko om kor tilfredse kundane er. I intervjuar får vi same inntrykk: Mange peiker på at dei ikkje kan nytte kollektiv transport til og frå jobb eller butikk fordi dei veit at tilbodet ikkje stemmer overeins med behova deira eller fordi dei går ut frå at informasjonen ikkje stemmer. Dei reisande hadde heller ikkje oversyn over når bussane går eller kvar dei stoppar. Folk er misnøgde fordi dei opplever det som at bussane ikkje går seint på kvelden (butikkane stenger etter at siste buss har gått) eller på søndagar/heilag dagar.

Her meiner vi at ein kan rette opp mykje gjennom betre kjennskap til tilbodet og betre informasjonsarbeid.

Sentrale punkt

Ein nærare titt på dei punkta som er relevante å kommentere ut frå funna i innsikta.

INFORMASJON

Her er den gjennomgåande problemstillinga følgjande: Folk er ikkje nøgde og synest det vanskeleg å finne rett informasjon, å stole på den informasjonen som finst, eller dei må spørje familie og vener om hjelp til å finne fram på nettsidene eller i rutetabellane. Folk meiner det er vanskeleg å lese rutetabellane, at det er vanskeleg å finne fram på nettsidene, og det manglar informasjon på busstoppa. Somme har hatt vanskar med å få rett informasjon hos 177.

I tillegg bør ein ha ein app eller ei anna tilfredsstillande løysing for ruteinformasjon. Det var også særskilt få som kjende til produkta og tenestene som Kringom leverer, utover rutebuss, båt og flybuss.

Her stemmer inntrykket overeins med tala frå Kollektivbarometeret. Kringom har mykje å gå på når det gjeld å levere brukarvenleg informasjon både på dei fysiske haldeplassane, på nettsidene og i oppsettet av rutene, men også når det gjeld å gjere tenestene og produkta sine kjende.

PUNKTLEGE AVGANGAR

Det faktum at mange er opptekne av og bekymra for å ikkje rekke overgangar, og det at dei meiner dei manglar oversyn over om transporten deira er i rute, skuldast kanskje at rutinane og kommunikasjonen om overgangar ikkje er god nok, men vi kan ikkje utlukke at dette er knytta til at rutene ikkje er punktlege nok.

Dei som er nøgde med kor punktlege avgangane er, er dei som tek båt og flybuss.

Dei som er misnøgde, er avhengige av mange overgangar i samband med pendling og lange strekningar.

Her er det nokre gap mellom den kvalitative innsikta og den kvantitative. I desse gapa finst det moglegheiter for å tryggje dei reisande, ikkje minst når det gjeld informasjon om overgangar og moglegheita for å etablere eit sanntidssystem.

PERSONALET SI ÅTFERD

Bussjåførane og anna personell vert i lita grad nemnde i intervju, verken i positive eller negative ordelag. Somme yngre reisande fortel om dårlege erfaringar med bussjåførane der dei kjenner seg lite sett eller regelrett dårleg behandla. Somme har opplevd å bli kasta av når dei har med seg hund.

Personalet si åtferd kan opplevast som uføreseieleg. Kringom kan gjerne sjå nærare på rutinane, og særleg på korleis sjåførane hand-samar unge reisande. Dette er innspel vi tilrår at ein tek på alvor.

KOMFORT

Her skil ekspressbussane seg klart ut på ein sær positiv måte. Ryddig, reint og behageleg er innspela som dei reisande gir i intervju.

Bybussane kan tidvis vere rotete og skitne – noko som også blei bekrefta gjennom observasjonar frå innsiktskonsulentane.

Kringom kan gjerne sjå nærare på dei interne rutinane for reinhald på bybussane. Viss vi ser på den kvalitative innsikta, er det mogleg at dei manglande 25 % er knytte til bybussane.

RUTEBILSTASJONEN:

Venteromma vert flittig brukt, men dei er utruleg lite hyggelege. Dei luktar vondt, og det er mykje søppel der. Informasjonen som finst, er ikkje tilstrekkeleg, og den er tilgjengeleg i små hefte og solbleika laminert informasjon.

Her meiner vi at ein kan rette opp mykje gjennom betre kjennskap til tilbodet og betre informasjonsarbeid. Ein har òg moglegheit å informere tydelegare om tilbod og produkt i samband med oppgradering av venteromma.

VALUTA FOR PENGANE

Dei vi har intervju synest ikkje det er dyrt å reise med buss og båt.

Her skil innsikta seg frå den kvantitative innsikta. Det kan ha å gjere med at vi har intervju ein dei unge og studentar som reiser billigare, i tillegg til folk som helst reiser i bysentrum og/eller helst nyttar flybuss og spesialruter.

ANDRE PUNKT SOM ER RELEVANTE Å KOMMENTERE UT FRÅ FUNNA I INNSIKTA:

- Det er enkelt å få den informasjonen ein treng: Her stemmer dei dårlege tala overeins med funna i innsikta.
- Informasjonen er god når det oppstår problem: Her stemmer dei dårlege tala overeins med funna i innsikta.
- Næraste haldeplass ligg nær bustaden min: Her stemmer dei gode tala overeins med funna i innsikta. Like fullt svarar dei reisande gjennomgåande at dei ikkje veit/har oversyn over kva for bussar som stoppar på stoppestadane nær heimen og/ eller arbeidsplassen.
- Blant dei eldre var det fleire som meinte at næraste haldeplass låg for langt borte frå heimen. Dei brukar heller bil, då det vert for tungt å gå heim.

6. Konklusjon

Konklusjon:

Kva kan vi lære – og kvar skal vi?

Informasjonen og det digitale treng eit løft.

Det er forvirring rundt informasjonen om rutene. Dette er den tydelegaste og mest gjennomgåande tilbakemeldinga – både frå djupneintervjua og brukarreisa. Fleirtalet fortel at dei ynskjer seg ein app både for billettkjøp og informasjon. Dei ynskjer at det blir enklare å finne fram på Kringom.no – mellom anna ruter som er enklare å lese. Mange fortel òg at dei saknar informasjon på busstoppa – både oppdaterte ruter og ei digital sanntidsløysing, slik at dei kan føle seg tryggare på at informasjonen dei har er rett, at bussen er i rute og liknande.

Brukarane opplever rutetilbodet som utilstrekkeleg. Er løysinga å auke rutetilbodet, eller kan denne opplevinga ha noko med den manglande kunnskapen om rutetilboda og dei ulike tenestene å gjere? I så fall: Korleis aukar vi kunnskapen deira? Kan hende er det ikkje (berre) rutetilbodet som skal endrast, men også informasjonen om og kommunikasjonen av rutetilbodet?

Det generelle inntrykket vårt er at det først og fremst er kunnskapen om rutene som er låg. Vi tenkjer dermed det er mykje å hente på betre kommunikasjon og informasjon om tilbod, produkt og tenester.

BEHOV FOR NYE PRODUKT

Brukarane synest dei eksisterande billettkategoriene og -produkta er tilstrekkelege, og at dei ikkje treng nye. Frå djupneintervjua blir det likevel særskilt klart for oss at det er mykje å hente på kommunikasjons- og informasjonsarbeid. Mange fortel at dei ikkje kjenner til tenestene vi spør om, til dømes spesialtilbod som serviceskyss og Trygt heim.

UNIVERSELL UTFORMING

Den fargerike sentrumsbussen er godt synleg, og folk fortel at dei legg merke til han. Her har vi noko å lære.

Det viktigaste å tenke på når det gjeld haldeplassane er universell utforming – slik RTP mellom anna vektlegg i kap.5.3. Det er også særskilt viktig å passe på hygienefaktorar som reinhald og informasjon

– det er til dømes ikkje kjekt å komme til fulle søppelbøtter. Viss det manglar informasjon om ruter, risikerer ein òg at folk blir usikre på om haldeplassen framleis er i bruk.

APP

Det er varierende ynskje om ein app. Ei mogleg forklaring er at mange allereie opplever informasjonen som mangelfull, og at brukarane difor er skeptiske til endå meir informasjon. Korleis kan vi lage ei digital løysing som er så enkel å nytte at andre informasjonsbehov og digitale kjøp blir overflødige?

INNFØRING AV APP

Det er mykje å lære av aktørar som har positive erfaringar med app-løysingar, til dømes Skyss og Ruter, når Kringom skal gi sine innspel til Entur.

Før innføringa av ein eventuell app er det òg viktig at dei tilsette har sett seg godt inn i korleis appen fungerer og kan gi god informasjon til alle som tek han i bruk. Det er òg svært viktig å sørge for at informasjonen på dei ulike flatene – Kringom.no, trykte bussruter, informasjonskjermer, Facebook og app – alltid er lik.

SANNTIDSLØYSING

Dårlege erfaringar med korrespondansen gjer at mange passasjerar blir usikre. Vi opplever at uvissa kjem av uryddig og dårleg plassert informasjon eller av ad hoc-løysingar som telefonsamtalar mellom bussjåførane. Ei sanntidsløysing vil gjere korrespondansen meir ryddig og sikre informasjonen og dermed tryggleiken til brukarane.

Ved hjelp av ei slik løysing kan brukarane sjølv følge med på om dei ulike transportmidla er i rute og ha ei kjensle av kontroll. I tillegg er det essensielt at sjåførane har gode rutinar og ei god serviceinnstilling, slik at alle passasjerar kjenner seg godt tekne vare på. Det er jo ikkje alle som vil nytte ei eventuell sanntidsløysing heller.

KOMFORT OG SERVICE

Folk er særst nøgde med komfort og service på ekspressbussane. Dette kan vi lære noko av.

Komfort og service er òg viktig på korte distansar – og heilt sentralt for å gjere kollektivtransport til eit attraktivt tilbod. Dette betyr at

bussane bør vere gode og varme, reinslege og komfortable å sitte i.

Når det gjeld service, er det viktig med hyggelege og hjelpsame sjåførar. Sjølv om rutene er korte, er det ikkje alle som er lokalkjende – og heller ikkje alle som har tatt bussen før. Gode opplevingar med kollektivtransporten på korte distansar kan bidra til at fleire reiser kollektivt i det daglege – og anbefaler det vidare.

PRODUKTA OG TENESTANE

Produkta og tenestene som allereie finst er ikkje godt nok kommuniserte.

I djupneintervjua er det mange som svarar at dei ikkje har høyrte om tenestane eller produkta vi spør om. Her er det heilt klart ein jobb å gjere.

KOMMUNIKASJONSKANALANE

Det er eit poeng å gjere kollektivtilbodet synleg og relevant, og dermed bryte brukarane sine bilvanar. Dei viktigaste kommunikasjonskanalane er framleis Kringom.no og Facebook. Mange fortel at dei synest nettsida er vanskeleg å finne fram i – så her er det eit forbettringspotensial. Ein app til informasjon og billetter vil utvilsamt bidra til å gjere produkta meir tilgjengelege for fleire, og også meir relevante med tanke på tida. Informasjonskampanjar som syner fram tenester og produkt (til dømes ein eventuell ny app) vil også bidra til synlegheita. Til sist vil vi også minne om at den kanskje beste synlegheita er den ein får «gratis» gjennom jungeltelegrafan. Viss folk er nøgde med Kringom, fortel dei det vidare. Dette er den beste reklamen ein kan få.

KOLLEKTIVTILBOD I ANDRE FYLKE

Ålesund og Bergen blir trekte fram som stader med særst gode kollektivtilbod. Her har vi noko å lære. I djupneintervjua skil desse tre punkta seg ut:

- Ein app som gir god og oversiktleg informasjon om både ruter, billettprodukt og prisar.
- Eit sanntidssystem som gir gode og oversiktlege korrespondansar og overgangar.
- Eit kollektivsystem som er så godt utbygd at brukarane ikkje lenger kjenner behov for å ha bil. Fleire fortel til dømes at dei brukar å setje bilen utanfor sentrum når dei besøker Bergen, fordi det er enklare og raskare å nytte kollektivtransporten når dei er der!

H H H H H H H

V V V V V V V

L L L L L L L

T T T T T T T

E E E E E E E

Z Z Z Z Z Z Z

B B B B B B B

V V V V V V V

Z Z Z Z Z Z Z

K K K K K K K

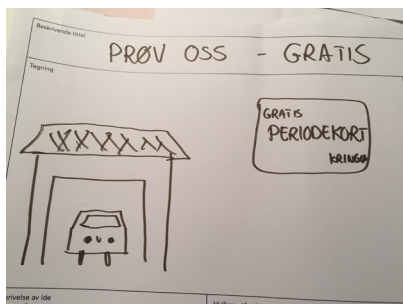
E E E E E E E

Z Z Z Z Z Z Z

6. Tiltak

Tiltak

Vi hadde ein workshop med idémyldring og prototyping av moglege tiltak, som enda i ei prioritert liste med konkrete tiltak. Workshopen var basert på innsikta. Kva for ressursar har vi (menneskelege, økonomiske, tekniske osv.) som gjer at vi kan gjennomføre tiltaka, og kva står i vegen for å gjennomføre dei?



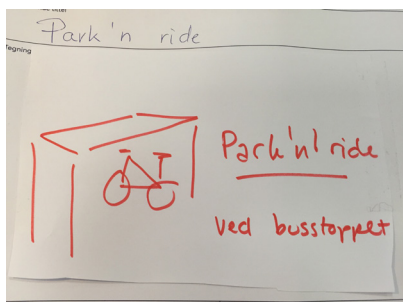
Dato: 15.03 kl. 12–16

Stad: Bergen, Litteraturhuset

Til stades: Sogn og Fjordane fylkeskommune (10 stk.), Haltenbanken (3 stk.) Mannheimer (2 stk.)

Fasilitator: Sissel Falch frå Haltenbanken.

Workshopen var basert på innsikta. Kva for ressursar har vi (menneskelege, økonomiske, tekniske osv.) som gjer at vi kan gjennomføre tiltaka, og kva står i vegen for å gjennomføre dei?



I workshopen samla og identifiserte vi tiltaka, prioriterte dei og tenkte tiltaka større. Med utgangspunkt i resultatata frå kartlegginga av brukarreisa og brukaropplevinga laga vi ei prioritert liste over tiltak som kan gjerast for å forenkle det å reise kollektivt. Her organiserte vi ein workshop med grupper sett saman av fylkeskommunen og Haltenbanken/Mannheimer med idémyldring, tiltaksprioritering og gevinstmatriser for både Kringom og brukaren.

Ideane frå workshopen er først presenterte som ei fullstendig liste, sortert etter kategori. Deretter har vi gjort eit utval av dei mest relevante ideane basert på gevinstmatrisa.

Denne lista er omarbeidd i samarbeid med Kringom og tatt inn som tiltak i marknadsplanen.

Resultat – Idear frå idéfasen

OPPLÆRING

- Etablere ein opplæringsapp.
- Kringom-hjelpa – eit nummer ein kan ringe, og nokon kjem på døra og hjelper med å laste ned dei rette rutene og syner brukaren korleis ein finn fram.
- Alltid rett rute på nett (rutene vert oppdatert fortløpande). Her kan du også legge til dine egne favoritttruter.
- Informasjon på Kringom.no om korleis ein reserverer plass. Det må også vere mogleg å reservere billettar over telefon.
- Moglegheit til å ringe ein «Kringom-venn» om ein har spørsmål eller treng hjelp.

TIL DEI ANALOGE

- Service, blant anna bestilling av billettar, til dei som ikkje meistrar nettbruk. Denne tenesta kan vere avgrensa i tid, då dei eldre om 10 år vil meistre nettbruk. Det må vere mogleg å betale om bord for dei som ynskjer det.
- Kringom-hjelpa ringer brukarane og minner dei om reisa deira dagen før, forsikrar om at det er reservert plass, gjentek billettprisen og at betaling på bussen er mogleg.
- Kursing av eldre i bruk av internett og bestilling av billettar, betaling og utskrift.
- Samarbeid på tvers av seniorsenter, bank og kollektivtilbod. Kringom utarbeider eit pedagogisk informasjonsopplegg til å presentere på seniorsenter: Kvar kan du får hjelp? Kven kan hjelpe deg? Korleis brukar du smarttelefon og tingar billettar?
- «Kringom-vener» – frivillige/superbrukarar som hjelper eldre med ruter og billettar. Her kan ein vende seg til lokale organisasjonar, Frilvillig.no osb. Kringom-vener får gratis Kringom-kort. Treffstader kan vere til dømes seniorsenter, bibliotek, kafé.
- 177 vert ei viktig teneste for analoge brukarar når det gjeld opplysningar om avgangar og prisar og korleis ein betalar og tingar.

BUSSKUR

- Busskur med lys, rutetabell og sykkelparkering.
- Tydeleg namn på haldeplass, sanntidsmast, skur med benk, lademoglegheit for mobil, lettfatteleg ruteopplysning på plakat eller skjerm. Lesestoff?
- Kart over ruter og rutetabellar.
- Ladestasjonar på stoppa i byen.

IDEAR TIL KAMPANJAR

- Skryte av sjåførane – fremme blide sjåførar med ein mjuk køyrestil.
- Informere om tilbodet som finst i sosiale medium og på plakatar. Betre opplysing om reisekort og rabattordningar.
- Marknadsføring av reiseplanleggaren (i avisa?), på Facebook, på skjermene på dei ulike terminalane, på kino og på vidaregåande skular.
- Informasjon om bonusprogram og fordelsprogram med oversikt og utrekningar som syner fordelar samanlikna med bil.
- Informasjonskampanje: Visste du at kvar passering i bomringen kostar meir enn ein bussbillett? 20 kr (bom) + 10 kr (bensin) + 0,3 kr (forsikring) + 0,25 kr (vegavgift) + 0,75 kr (verkstad) + 17 kr (verditap) = 48 kr. 2 bilar = 96 kr.
- Miljøkampanje, slik som NSB – så mykje har du spart når du har kjøpt billett.
- Instruksjons-/informasjonsfilmar på YouTube, som blir distribuerte på Facebook og syner bussreisa i praksis og kva for eit produkt kunden skal be om.
- Prøveveke – gratis periodekort. Earlybird. «Prøv Kringom ein månad gratis.» Redusert pris ved kjøp etter ei veke.
- Bli med i trekninga av periodekort! Legg igjen e-postadressa di.
- Verv ein ven, få gratis periodekort.
- Enkel spare-app som syner kor mykje du sparar av pengar og miljø – lik røykesluttappar.

- Gamification for å engasjere brukaren. CO2-reknskap for bil samanlikna med buss.
- Sjukehuset + Kringom = sant: skjermar på sjukehuset og eigen sjukehusbuss/tilsettbuss og egne kort til dei tilsette.
- Ta dagen attende! Spare-tid-kampanje: Du kan jobbe, lese, høyre podkast osv. på bussen.
- Spele på folkehelsa: fordelar med gange/sykling til og frå buss.
- Gratisbuss fram til 08:00 og mellom 15:00 og 16:00 for alle.
- Marknadsføre reiseplanleggaren: «Ditt stopp finn du i reiseplanleggaren.»
- «Ditt stopp» – kom med idear til korleis din busshaldeplass skal vere!
- Kringomland – bak kulissane.
- Rett-heim-frå-jobb-tilbod.

KRINGOM.NO

- Korleis kjøpe billett steg for steg. Moglegheit for å kjøpe billett på Kringom.no, med stadfesting på e-post. Ein seier så namnet sitt på bussen og betalar der (viss ein ikkje har betalt på nett).
- Abonnement på egne bussruter: Ein kan legge dei inn som favorittar så dei er lett tilgjengelege på mobilen. Døme: heim-arbeid/heim-sentrum/heim-trening.
- Kartvisning på Kringom.no.
- Fargekodar på ulike strekningar.
- Tilbod, produkt og tenester er tydelegare for dei ulike brukarane.
- Korleis kjøper ein billett på nett på Kringom.no?
- Treng du hjelp til å tinge? Skriv inn telefonnummeret ditt, så ringer vi deg opp for å hjelpe deg.
- Chat! Eigen chatbot med personale.
- Kontaktskjema
- Enklare og betre sider, både til kjøp og reservasjon.

SAL AV BILLETTAR

- Butikksal av bussbilletter – billetter i butikk, på Posten, Narvesen, 7-Eleven.
- Sal av billetter på servicekontoret.
- Moglegheit for å ringe kundesenteret og tinge billett, ikkje berre få ruteinfo.
- Eigne automatar på rutebilstasjonen og i butikkar (som på flyplassen) for å kjøpe og tinge.
- Eiga teneste hos 177 for å tinge plassbillett på ekspressbussar. Her kan ein velje mellom å få billetten på e-post eller hente han om bord.

SYSTEM

- Trafikkontroll – alle sjåførane får informasjon om alle forseinkingar, som dei så melder frå om til passasjerane. Sjåførane syter òg for informasjon om korresponderande transport

TILBOD/PRODUKT

- Direktebuss FSS–Naustdal.
- Ruter som er tilpassa småbarnsfamilien – «hente i barnehagen etter jobb».
- Tilrettelagde tilbod for spesielle grupper, som til dømes småbarnsfamiliar og seniorar.
- Bedriftstilbod/samarbeid med bedrifter.
- Kollektivkalkulatoren som syner kor mykje du sparar kontra bil, bompengar og parkering.
- Vekekort. Buss så mykje du vil i ei veke, \$-kort 17 % billegare enn enkeltbillett (2 kr pr. billett, 600 kr i året).
- SMS-varsel: Send til dømes «neste buss Førde sjukehus til Naustdal».
- Ekspresskortet med rushtidspris – spesialpris på enkeltbillett og månadskort i rushtida.
- Direkteruter i rushtida – frå A–B (ikkje A–Å–B).

- Fleire avgangar i morgon-/ettermiddagsrushet. No er bussen tilpassa arbeidsdagen din.
- Fleire avgangar i distrikta.
- Barnehagebussen.
- Gratis kaffi, avis eller vatn på morgonbussen mellom Florø og Førde og andre litt lengre strekningar.
- Lågare pris på kollektivtransport/buss for familiar – familie-kort. Eit kort som kan nyttast av to vaksne i husstanden.
- Samarbeid med større arbeidsplassar. Frynsegode viss dei tilsette vil nytte buss.
- Arbeidsplassane sponsar periodekort til dei tilsette. Arbeidsplassen vinn på dette: frynsegode til dei tilsette, og miljøstempel. Barnehagar, skular, sjukehus mfl.
- Næringslivsbussar/arbeidslivsbussar.
- Garanti – brukarane er sikra taxi og får pengane tilbake ved forseinkingar.
- Stillesone på ekspressbussar.
- Fleire avgangar tilpassa skifttider på sjukehuset, inkludert god informasjon og eigne rutetabellar/hefte.
- Serviceskyss for alle! Utvide og tilpasse til andre brukargrupper enn berre eldre og uføre, som til dømes barnefamiliar.
- Det skal vere mogleg å ta med sykkel gratis på bussen.

DIGITALE TILBOD

- Billett-app.
- Sanntids-app med korrespondanseinformasjon og GPS som registrerer kva for buss du sit på. Knytt opp mot billetten din, kjøpt på nett. Reiseplanleggar.
- Kombinert mobilitets-app med moglegheit for å velje månadskort, 24/7, 3 taxiturar, samkøyringsløyising.
- App gir bonuspoeng som ein kan nytte på kjøpesenter eller i butikk.
- Personifisert app der ein kan legge inn info om framtidige reiser. Grafisk oversikt med kart, stoppestader og tider.
- Siri i Kringom-appen.

INFORMASJON / KOMMUNIKASJON

- Moglegheit for å ta kontakt med bussjåfør for informasjon.
- Spør på Facebook om kor tid neste buss går.
- Facebook-chat med Kringom.
- Skjerm i buss som informerer om korresponderande transport – skapar tryggleik viss det er forseinkingar (garanterer at bussen ventar) – og som kan informere om andre tilbod.
- Ha skjerm med rutetider inne på sjukehuset/høgskulen og syte for lademoglegheiter på sjukehuset – «Helsing Kringom».
- Studentpakken: Dele ut ruteinformasjon og info om tilbod og produkt til studentar ved studiestart.
- Informasjon om reiseopplegg for bestemte grupper.
- Informere og ha dialog med bedrifter.
- Informere om kor mange avgangar det er på ei rute, til dømes FSS–Naustdal.
- Informere om kor lenge billetten varar og tidspunktet du kjøpte han på, på sjølve billetten og på Kringom.no. No varar billetten 1 time. Kan ein utvide til 1,5 eller 2 timar (for lengre reiser)?
- Opprette eit eige Kringom-kontor for hjelp til kjøp, opplæring, info? Kan det vere ein del av venterommet?
- Info på skjerm i bussen (neste stopp, overgangsmoglegheiter).
- På langdistansar må alle passasjerar registrere seg før ombordstiging, som på fly (big data).
- På større knutepunktstasjonar kan ein ha ein person/personar med ansvar for korrespondansar (flyplasser, NSB) slik at passasjerane kjenner seg godt tekne vare på.

KORRESPONDANSE

- Legg inn slingringsmann for korresponderande bussar på Førde rutebilstasjon.
- Informasjonssystem til sjåføren om kvar passasjerar skal reise vidare og kva for ein buss ein skal kontakte. Dette skal vere innarbeidd i billettsystemet.
- Sanntid som viser kor lenge bussen ligg etter ruta.
- Sjåføren må halde passasjerar orientert via ein høgtalar, til dømes om at han har kontakt med Oslo-buss som ventar: «Vi er litt forseinka i dag, men for alle som skal vidare til Oslo: Bussen køyrer ikkje utan dykk.» Bruke ein roleg tone og skape tryggleik og tillit.
- Ein må sende SMS direkte til den reisande (slik flyselskapa gjer) – gjerne ein personleg sms frå bussjåføren på Oslo-bussen: «Eg/vi ventar på deg!» Telefonnummeret blir registrert når du har kjøpt billett på nett.
- Bussjåfør må informere om at bussen ventar ved påstiging og i høgtalar. Oslo-bussen må informere passasjerane sine om kvifor dei ventar.
- GPS på alle bussane slik at sjåførane ikkje må melde frå om kvar dei er, men kan halde fokus på køyringa. Gjerne ha ein trafikk kontroll som kan hjelpe til.
- Bussjåføren får automatisk beskjed om at bussen er forseinka og at han til dømes må vente på to passasjerar som skal vidare til Oslo.
- Passasjerane kan gå inn på Kringom.no og melde frå om forseinkingar og få tidsnedteljing, og dei kan sjå at dei nærmar seg bussbyte og at bussen ventar.
- Korrespondansegaranti. Sjåføren leverer ut eit rekvisisjonsskjema ved framkomst. Taxi er bestilt og venter på perrongen.
- Bestillingsordning for korrespondanse. Ein kjøper ein strekning, ikkje ein avgang. Vert automatisk oppdatert med beste korrespondanse.
- Informasjonsfilm om korleis korrespondansen fungerer.

TILTAK 1 – PRIORITERE KRINGOM.NO SOM VIKTIGASTE INFORMASJONSKJELDE

Kampanje for eksisterande tilbod – informasjonskampanje (i sosiale media og på kringom.no)

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 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?

- 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

Beskriving

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 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 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 heilagdagane.
- 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

Omtale

- Leggje til rette for gode billettprodukt og betalingsløysingar.

Kva for utfordringar vil dette løyse?

- 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 billettar 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.

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.

Eksempel/mal:

- enklare for reisande å sykle til haldeplassen
- moglegheit for å tydelegjere 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 bussen 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 bussen har gått.
- Kringom kan informere om forseinkingar og avvik.

Fordelar for brukarane og Kringom

- Brukaren får informasjon om bussen 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 skjermane på dei ulike terminalane, på kino, på vidaregåande skular. Animasjon av korleis reiseplanleggaren fungerer på YouTube / Vimeo.

«Det verste er bussbytter der ein sjølv må passe på korrespondansen vidare og finne riktig buss»

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 terminaler.

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 kan vi gjere dette?

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

Vinstmatrise – vurdering av idé

- 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 kan 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 – vurdering av idé

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

Andre moglege kampanjar:

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

KAMPANJAR KNYTT TIL ARRANGEMENT

Omtale

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

Kan knytast til følgjande mål og delmål i Regional Transportplan:

- Kollektivtilbudet 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 tenestetilbudet

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 kan 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 – vurdering av idé

- 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

Om Haltenbanken og Mannheimer

Haltenbanken er eit reindyrka og ambisiøst designbyrå. Vi utviklar sterke identitetar der du treng å vere synleg – digitalt, i trykksaker, interiør eller byrom. Vi trur på design som engasjerer, informerer og inspirerer. Gjennom tett dialog syter vi for å gj produktet til kundane våre rett merksemd.

Kjernekompetansen til Haltenbanken er å avdekke brukarbehov, både uttalte og ikkje-uttalte, og omsetje desse til sjeldne, interessante og levande visuelle identitetar. Vi gir råd innan både merkevarestrategi og merkevarebygging. Arbeidet vårt inkluderer målgruppe- og marknadsanalysar, forbrukaråtferd, behovsanalyse, posisjonering og differensiering.

Kjernekompetansen til **Mannheimer** er strategisk kommunikasjon. Gjennom godt kommunikasjonsarbeid lukkast vi i å profilere bedrifter i ulike bransjar og marknader. Mannheimer har direkte og oppdatert erfaring med problemstillingar innan kommunikasjonsarbeid med eit vidt spekter av kundar i både offentleg og privat sektor, og har leia strategiprosessar for alt frå forskings- og utdanningsinstitusjonar til innovasjons- og kulturbransjen.

Mannheimer har ei blanding av kreativ, analytisk og kommersiell kompetanse og eit godt grep om merkevarebygging og målgrupper. Vi leverer strategi og råd, innhald og kurs til kundar som ynskjer bistand i kommunikasjonsarbeidet. Vi jobbar alltid i tett dialog med kundane våre.