

Rubrik Fördjupad utredning kring reducering av säljkanaler	Författare Niklas Sandgren
Datum: 2023-08-16	Dnr: Bilaga 1 till 2023-POL000400

Fördjupad utredning kring reducering av säljkanaler

Niklas Sandgren

Rubrik Fördjupad utredning kring reducering av säljkanaler	Författare Niklas Sandgren
---	-------------------------------

Innehållsförteckning

Sammanfattning	3
Inledning	5
Introduktion Skånetrafikens säljkanaler	6
Skånetrafikens biljettbärare	8
Appen	8
Reskort.....	8
Betalkort	9
Papper	9
Skånetrafikens säljkanaler för privatpersoner	10
Skånetrafikens app	10
Skånetrafiken.se	10
Biljettautomater	11
Blippa i stadstrafik	12
Kundcenter	12
Ombud.....	13
Betala på regionbuss	15
Hur vi jobbar med funktionsvariation	16
Fordonsflotta.....	16
Hållplatser	16
Information och Kommunikation	16
Hemsida, app, utrop samt talenhet	17
Biljetter	17
Bemötande och ledsagning	17
Omvärldsbevakning	18
Faktorer som påverkar framtidens kollektivtrafik.....	18
Nerläggning av försäljning på Regionbuss.....	20
Bakgrund	20
Kundundersökning	21
Risk och konsekvensanalys.....	24
Summering	27

Sammanfattning

Skånetrafiken strävar efter att tillhandahålla kollektivtrafik som är tillgänglig för alla. Vårt mål är att använda våra resurser på bästa sätt för att skapa värde för alla våra kunder i alla försäljningskanaler. Vi med att kontinuerligt följa upp och utvärdera försäljningskanalerna och deras livscykel med fokus på att leverera så stort kundvärde som möjligt.

Vi börjar nå en kritisk punkt i antal system att underhålla och behöver därför se över och allokera om resurser för att kunna tillgodose behovet av vidareutveckling av våra tjänster, med syfte att möta marknadens och kundernas behov.

Utifrån nedanstående argument är vår rekommendation att stänga ombordförsäljningen på regionbuss till fördel för vidareutveckling av befintliga och nya säljkanaler.

Försäljningen av biljetter ombord på regionbussar har under en längre tid uppvisat en kontinuerlig nedåtgående trend och står enbart för 0,44 % av försäljningen. Detta innebär att försäljningskanalen genererar mindre intäkter än vad den kostar att underhålla. Vi har dessutom en större investering som behöver genomföras 2024, för att följa lagstadgad PCI-DSS standard, om vi ska säkra vidare försäljning ombord på regionbuss.

Tabellen nedan visar den uppskattade kostnaden samt prognosen för 2024/2025.

	2022	2023	2024	2025
Löpande kostnader	12 miljoner	12 miljoner	24 miljoner	24 miljoner
Investeringar	-	-	15 miljoner	-
Total kostnad	12 miljoner	12 miljoner	39 miljoner	24 miljoner

Årliga kostnader för att hålla betalkanalen öppen. Det ska jämföras med intäkterna som är 11 miljoner årligen. Observera att dessa kostnader endast inkluderar externa leverantörskostnader och inte tar hänsyn till eventuella interna kostnader, utbildning av förare samt ytterligare investeringar eller andra faktorer som kan påverka den totala kostnaden för kanalen.

Försäljningen ombord på regionbuss tar tid från föraren, vilket riskerar att påverka punktligheten och orsaka att övriga resenärer inte kommer fram i tid eller missar sina anslutningar. Brist på punktlighet är den faktor som främst påverkar NKI negativt.

Då ombordförsäljningen förekommer så pass sällan, är det även svårt att upprätthålla kunskapsnivån hos förarna kring utställande av biljett. Detta kan i sin tur påverka tidtabellen ytterligare, samt har vi ett mörkertal kring hur många förare som låter kunden resa med gratis pga. okunskap kring att utställa biljett i utrustningen ombord.

Under september 2022 genomfördes en kundundersökning bland de resenärer som köper biljett ombord på regionbuss. Syftet med undersökningen var att förstå resenärens behov och drivkrafter samt undersöka vilka parametrar som påverkar valet av betalsätt och undersöka om en förflyttning till andra betalsätt var möjlig.

Kundundersökningen visar att de som köper biljett ombord på regionbuss är ett tvärsnitt av Skånetrafikens resenärer. Det går alltså inte att påvisa att seniorer, funktionsvarierade, ungdomar eller någon annan specifik grupp använder möjligheten till köp ombord i större utsträckning än någon annan.

Rubrik Fördjupad utredning kring reducering av säljkanaler	Författare Niklas Sandgren
--	--------------------------------------

Enligt kundundersökning framgick det att 100% av de tillfrågade kände till att det fanns andra sätt att köpa sin biljett, men fortsätter ändå att köpa biljett ombord av föraren pga. upplevd enkelhet eller gammal vana.

Enligt kundundersökningen framgick det även att 89% av de som idag köper biljett ombord skulle själva välja en annan försäljningskanal för att köpa biljetter om de inte kunde göra det ombord på regionbuss. Resterande 11% förflyttar vi med hjälp av informationskampanjer och utbildning och säkerställer på så sätt att alla kunderna får möjlighet till en trygg och säker övergång till en annan försäljningskanal.

Baserat på analys av data, kostnader och investeringar och dialog med branschorganisationer för funktionsvariation samt kundundersökning är vår rekommendation att stänga ombordförsäljningen på regionbuss.

Den höga kännedomen om andra försäljningskanaler och planerade kampanjer och erbjudande av utbildning gör att vi känner oss trygga i att vi kan förflytta dessa få kunder tryggt och säkert till våra övriga säljkanaler.

Nedan följer en fördjupad beskrivning av våra säljkanaler, biljettbärare, hur vi jobbar med tillgänglighet, omvärldsanalys samt en analys av vad det skulle innebära att stänga ner försäljning ombord på regionbuss.

Rubrik Fördjupad utredning kring reducering av säljkanaler	Författare Niklas Sandgren
---	-------------------------------

Inledning

”Skånetrafiken finns till för alla som bor, verkar och reser i Skåne”

Varje dag görs ca 465 000 resor med Skånetrafikens tåg, bussar, spårvagnar eller serviceresor. Totalt sett körs ca 14 000 avgångar per dag i den allmänna kollektivtrafiken, vilket gör Skånetrafiken till en viktig komponent i utvecklingen av ett grönare Skåne.

2017 introducerades Skånetrafikens nya biljettsystem som efter lanseringen har vidareutvecklats tillsammans med Blekinge- och Östgötatrafiken. Bakom beslutet att utveckla ett nytt biljettsystem fanns framför allt följande drivkrafter:

- Det ska bli enklare att köpa en biljett
- Det ska bli enklare att söka en resa
- Det ska bli enklare att kombinera en resa

Genom att utveckla biljettsystemet i egen regi, skapades möjligheter att snabbt agera på nya kundbehov och nya digitala möjligheter i en värld som förändras allt snabbare. Systemet möjliggör datainsamling som i sin tur skapar förutsättningar för datadrivna funktioner och beslut, vilket ger en bättre kollektivtrafik, både vad gäller utbud och enkelhet.

Just nu förändras det kollektiva resandet världen över i snabb takt. Samåkning, mobilitet som tjänst, enklare betallösningar och kanske även förarlösa fordon är exempel på trender som kommer att påverka både kunder och verksamhet. Genom att följa med i utvecklingen och ta fram nya betallösningar, samtidigt som föråldrade lösningar tas bort, ger Skånetrafiken möjlighet att ha en hög tillgänglighet på biljettsystemet till en, för skattebetalarna, rimlig kostnad.

För att kunna möta framtiden behöver Skånetrafiken lägga fokus på de säljkanaler som finns. De behöver optimeras och eventuellt ersättas med nya lösningar för att möta förändrade och nya behov hos våra resenärer på ett bättre sätt.

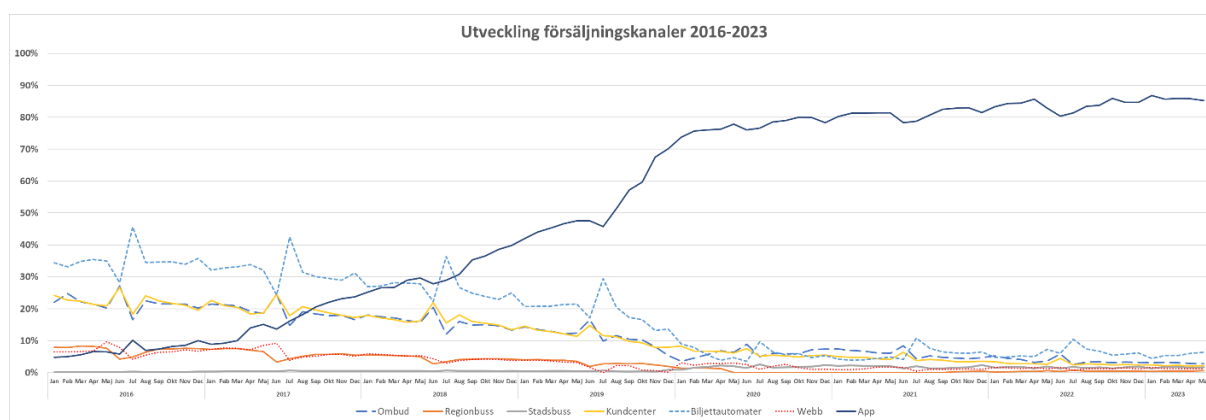
Under våren har ett arbete startats upp som syftar till att undersöka framtidens erbjudande och säljkanaler. I denna utredning ingår även att utvärdera existerande säljkanaler för att säkerställa kostnadsoptimering och att vi möter våra kunders behov.

Sedan SKÅ-appen lanserades har resenärernas sätt att köpa biljett förändrats radikalt, vilket gör att vissa av Skånetrafikens traditionella försäljningskanaler fått avsevärt minskad betydelse. Ett exempel på en kanal som minskat rejält och inte längre uppfyller samma kundbehov är betalning med kort hos föraren ombord på regionbussarna. I denna, fördjupade, utredningen presenteras fakta och statistik om Skånetrafikens försäljningskanaler i syfte att ge möjliga handlingsalternativ avseende biljettsystemets fortsatta utveckling.

Introduktion Skånetrafikens säljkanaler

Skånetrafiken har i dagsläget 7 säljkanaler riktade mot privatpersoner. De senaste åren har andelen kunder som köper biljetter via självservice, och främst i app, ökat markant. Under första halvåret 2023 skedde 94 % av försäljningen genom självservice, varav 86 % i appen. Detta är en ökning med 1% sedan 2022, då var självservicegraden 93 % och andel försäljning via appen 84 %.

Våra fyra självservicekanaler är appen, skanetrafiken.se, biljettautomater samt blippa betalkort ombord i stadstrafik. Personlig service erbjuds hos våra kundcenter, ombud samt ombord på regionbuss via föraren. Nedan visas utveckling per kanal från 2016.



Figur 1- Hur försäljningen har förändrats i respektive försäljningskanal från 2016 fram till maj 2023. JoJo-systemet stängdes ner den 15 december 2019, och förflyttningen till appen framgår tydligt av grafen. Det syns också att besöken hos kundcenter och försäljningen i biljettautomater ökar i samband med semesterperioden.

	Försäljning 2022	Andel av privatförsäljning	Genomsnittligt biljettpris
Skånetrafikens app	2 196 miljoner	84%	146 kronor
Biljettautomater	163 miljoner	6,21%	152 kronor
Ombud	99 miljoner	3,77%	315 kronor
Kundcenter	76 miljoner	2,88%	389 kronor
Blippa i stadstrafik	42 miljoner	1,58%	28 kronor
Skånetrafiken.se	35 miljoner	1,34%	276 kronor
Betala på regionbuss	12 miljoner	0,44%	41 kronor

Tabell 1: Hur försäljningen fördelar sig i de kanaler som riktas mot privatpersoner.

Rubrik Fördjupad utredning kring reducering av säljkanaler	Författare Niklas Sandgren
--	--------------------------------------

Ovanstående siffror ska jämföras med hur det såg ut innan SKÅ-appen lanserades, då genomfördes ca 50 % av alla biljettköp manuellt över disk. Biljettautomaterna var den näst största försäljningskanalen med ca 35 %, medan den digitala försäljningen via webb och appar endast uppgick till ca 12 %. Försäljningen på regionbussarna utgjorde hela 8 % av försäljningen. SKÅ-appen har gett upphov till ett paradigmskifte avseende kundernas vanor att köpa biljett, vilket gör att antalet säljkanaler, deras relativa kundnytta samt kostnaden för att hålla dessa kanaler öppna kan ifrågasättas.

Utöver de 7 säljkanalerna för privatpersoner underhåller och säljer Skånetrafiken biljetter och tjänster i 3 andra kanaler mot kommun, skola och företag.

Totalt sett underhåller Skånetrafiken 11 plattformar med tillhörande administrationsverktyg för att tillhandahålla våra säljkanaler.

Skånetrafikens biljettbärare

Det finns olika sätt att "bära med sig" en biljett under en resa. En biljettbärare är alltså stället där biljetten sparas, denna kan skilja sig från säljkanalen där biljetten är köpt.

Våra biljettbärare är:

- Biljett i app
- Biljett på reskort
- Biljett på betalkort
- Biljett på papper

Nedan följer en genomgång av respektive biljettbärare.

Appen

Andel: Ca 84 % av antalet sålda biljetter är en app-biljett.

Beskrivning: App-biljetten har en valideringsbar rörlig aztec-kod med hög säkerhet. På biljetten finns tydlig information om giltighetstid, resenärstyp, antal, pris, samt geografisk giltighet där zonen även kan ses på en karta. Kunden kan välja att aktivera biljetten direkt vid köp eller vid ett senare tillfälle.

I dagsläget är det möjligt att använda appen som bärare till samtliga av våra biljetter med undantag för våra kommunerbjudande (Skolbiljett, Ungdomsbiljett, Seniorbiljett och Serviceregebiljett). Under hösten 2023 påbörjas en lansering för att tillgängliggöra även dessa biljetter i appen, en funktion som är mycket efterfrågad bland Skånetrafikens kunder.

Reskort

Andel: Ca 1 % av det totala antalet sålda biljetter är till ett reskort. Vi har sett ett markant minskat behov och ser fortfarande en neråtgående trend för att ha biljetter kopplade till ett fysiskt "plastkort".

Beskrivning: Till skillnad från det Jojokort Skånetrafiken hade i sitt gamla biljettsystem, så går reskortet inte att ladda med pengar att köpa biljetter för. Man kan endast ladda kortet med förköpta biljetter. Det är endast möjligt att koppla en eller flera exakt likadana biljetter till ett och samma reskort. Exempelvis kan en kund som köper en enkelbiljett som är giltig i Helsingborg Stadszon inte lägga till en enkelbiljett till Ängelholm på samma kort. Men att köpa flera enkelbiljetter för Helsingborg Stadszon och koppla till samma reskort går bra. Detta innebär att kunder som vill göra olika resor behöver ha flera reskort, ett för varje typ av resa. Biljetter som kopplas till ett reskort kan aktiveras direkt vid köp, eller senare. Aktivering sker i samband med att kunden blipper kortet i biljettläsaren ombord på en buss, i en biljettautomat på tågstationen eller via Skånetrafikens hemsida. Ett nytt reskort kostar 30 kronor och kan köpas hos ombud, kundcenter eller på skånetrafiken.se.

Betalkort

Andel: 8 % av antalet utställda biljetter är kopplade till ett betalkort, vilket sker när kunden blipper sitt betalkort i stadstrafiken. Att andelen är så pass hög trots den relativt låga försäljningen i kronor beror på att varje biljett kostar likvärdigt, en enkelbiljett för vuxen i stadszon (31 kr idag).

Beskrivning: Betalkort kan endast användas som en biljettbärare genom betaltjänsten blippa i stadstrafiken. Biljetten knyts till det kontaktlösa betalkort, som används vid betalningen. Det går inte att använda betalkortet som bärare likt ett reskort, eftersom det är helt olika tekniska lösningar. Blippafunktionen är statiskt uppbyggd och fungerar endast i stadszon. Eftersom reslängden (och därmed biljettyperna) på regionbussarna varierar kan funktionen inte användas i regiontrafiken.

Papper

Andel: Ca 8 % av antalet utställda biljetter skrivs ut på papper.

Beskrivning: Pappersbiljetten har en valideringsbar tryckt azteckod, och giltighetstiden på biljetten påbörjas direkt vid köp. Det går endast att få en biljett med kort giltighetstid (enkel- eller 24 timmarsbiljett) utskriven på papper. Pappersbiljett används därför av sällanresenärer som köper biljett i direkt anslutning till en resa. Pappersbiljetten kan köpas i biljettautomat, via ombud eller Kundcenter.

Skånetrafikens säljkanaler för privatpersoner

Nedan följer en beskrivning av de sju olika säljkanaler som är tillgängliga för privatpersoner.

Skånetrafikens app

Appen är vår största kanal för reseinformation och försäljning av biljetter. Här kan kunden bland annat söka resor, få information under en resa och göra personliga inställningar för en bättre kundupplevelse. I genomsnitt görs 1,5 miljoner resesökningar i appen och 900 000 personer använder appen aktivt varje månad. Appen finns på svenska och engelska för plattformarna iOS och Android.

Det går att köpa alla typer av biljetter i appen. Betalning sker genom betalkort, Swish, faktura eller värdekoder. Kunden väljer själv om biljetten ska aktiveras vid köpet, eller om den ska aktiveras senare. I appen kan kunden köpa och ha flera biljetter, både biljetter av samma sort och flera olika biljetter. I appen finns även köphistorik och möjlighet att få kvitto till e-post, samt Mitt Konto-tjänster som "Låna ut".

Appens olika delar och funktioner är tillgänglighetsanpassade med stöd för exempelvis skärmuppläsning, dynamisk font, kontraster och färger på element och text. En komplett tillgänglighetsredogörelse för appen finns på [skånetrafiken.se](https://www.skånetrafiken.se),

<https://www.skånetrafiken.se/aktuellt/tillganglighetsredogorelse-appen/#/>

Faktaruta

Försäljning 2022:	2 196 miljoner kronor
Andel av privatförsäljning:	84 %
Genomsnittligt biljettpris:	146 kronor
Målgrupper:	Alla som har en smartphone, både sällanresenärer och pendlare
Tillgänglighetsanpassning:	Ja, enligt WCAG 2.1

Skånetrafiken.se

På hemsidan finns all information för resor med Skånetrafiken. Den mest använda tjänsten är "Sök Resa", som har ca 400 000 besök per månad. *Sök Resa* har flera besök än själva startsidan, då många kunder har *Sök Resa* sparad som favorit.

Försäljningstjänsten på hemsidan har flera användningsområden. Genom försäljningstjänsten kan kunden se pris för en sökt resa och jämföra pris mellan olika biljetter. Det går även att köpa enkel-, 24 timmars- och 30-dagarsbiljetter samt sommarbiljett till ett reskort eller till en app. Biljetten kopplas direkt till ett reskort eller skickas till en app genom att mobilnummer anges. 75 % av biljetterna kopplas till ett reskort och 25 % skickas till en app.

Skånetrafiken.se erbjuder även köp av ett nytt reskort, som skickas hem fraktfritt. Betalning sker med betalkort, faktura eller värdekoder (30 kronor).

Genom att logga in på Mitt Konto på Skånetrafiken.se får kunden tillgång till fler tjänster som exempelvis att registrera reskort, tappa bort-garanti, se sina biljetter på reskort och i app samt

Rubrik Fördjupad utredning kring reducering av säljkanaler	Författare Niklas Sandgren
--	--------------------------------------

möjlighet att köpa biljetter med ett enklare flöde. Den kundgrupp som främst användarförsäljningstjänsten på webben är sällanresenärer och pendlare, som reser med reskort och vill använda självservice. Den används även av personer som köper biljetter åt andra, exempelvis föräldrar eller "god man" där biljetten då skickas till barnens eller brukares mobil/reskort. Samt Mitt Konto-kunder som använder reskort, eller reskort i kombination med app.

Ett arbete för att uppfylla samtliga tillgänglighetskrav för skanetrafiken.se pågår, och färdigställs senast början på oktober 2023. En fullständig tillgänglighetsredovisning för hemsidan finns på skanetrafiken.se, <https://www.skanetrafiken.se/aktuellt/tillganglighetsredogorelse/#/>

Faktaruta

Försäljning 2022:	35 miljoner kronor
Andel av privatförsäljning:	1,34 %
Genomsnittligt biljettpris:	276 kronor
Målgrupper:	Sällanresenärer, pendlare, föräldrar, god man & förvaltare.
Tillgänglighetsanpassning:	Ja, enligt WCAG 2.1 (helt klart oktober 2023)

Biljettautomater

Skånetrafikens 220 biljettautomater finns placerade på alla tågstationer i Skåne samt på Kastrup/CPH Airport och Köpenhamns Huvudbanegård. Majoriteten av den totala försäljningen i biljettautomater sker på CPH Airport Kastrup samt på de tre stora stationerna i Malmö, Helsingborg och Lund C. På mindre orter är försäljningen i biljettautomaterna marginell.

Det går att köpa enkel-, 24 timmars-, och 30-dagarsbiljetter samt Sommarbiljett. En analys av försäljningen visar att automaterna används av sällanresenärer som köper biljett i samband med en tågresa. 98 % köper en enkel- eller 24 timmarsbiljett utskriven på papper, vars giltighetstid påbörjas direkt vid köp. Endast 2 % av försäljningen sker till en biljett som är kopplad till ett reskort. Betalning görs med hjälp av betalkort, det går även att använda värdekoder.

Fältundersökningar visar att en stor majoritet av kunderna är besökare, som inte är bofasta i Skåne. I biljettautomaterna går det att ändra språk till engelska, vilket används frekvent.

För biljettautomater finns ännu inget lagkrav eller direktiv för tillgänglighetsanpassning. EU's tillgänglighetsdirektiv (EU) 2019/882 träder i kraft i juni 2025. Kraven gäller endast för nya biljettautomater som installeras därefter och inte redan befintliga. Viss tillgänglighetsanpassning finns, som exempelvis anpassade färgkontraster och möjlighet att sänka ljusstyrka på touchskärmen.

Faktaruta

Försäljning 2022:	163 miljoner
Andel av privatförsäljning:	6,21 %
Genomsnittligt biljettpris:	152 kronor
Målgrupper:	Sällanresenärer & turister
Tillgänglighetsanpassning:	Vissa anpassningar är gjorda. Inga lagkrav eller direktiv finns i dagsläget för biljettautomater.

Blippa i stadstrafik

Ombord på gröna stadsbussar i Skånes tio städer, samt på spårvagn i Lund, kan kunden betala för en vuxen enkelbiljett inom stadszonen (2023 ett pris på 31 kronor) genom att blippa sitt betalkort mot biljettläsaren. Det går inte att betala för flera personer. Val av olika reslängder eller rabatter är inte möjligt i samband med en "blippabetalning". Betelsättet möjliggörs genom ett fast pris för enkelbiljetter i stadszon.

Betalningen sker i samma biljettläsare som validering av biljetter. Biljetten kopplas till det betalkort som blippas. Kvitto går att få i efterhand på skanetrafiken.se. Här kan kunden även kontrollera sina betalningstransaktioner för blippa.

Biljettläsaren är placerad i en höjd som uppfyller tillgänglighetskraven. Det är i dagsläget oklart om EUs tillgänglighetsdirektiv (EU) 2019/882 från juni 2025 även gäller för nya biljettläsare, inom branschen även kallade validatorer.

Faktaruta

Försäljning 2022:	42 miljoner kronor
Andel av privatförsäljning:	1,58 %
Fast biljettpris:	28 kronor
Målgrupper:	Sällanresenärer & turister som betalar för en person
Tillgänglighetsanpassning:	Biljettläsaren är placerad i höjd enligt gällande tillgänglighetskrav.

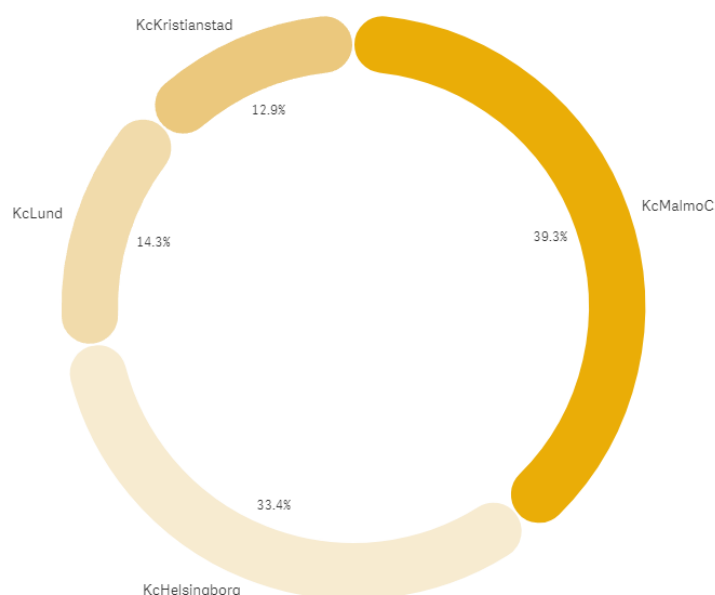
Kundcenter

På Skånetrafikens fyra kundcenter på Helsingborg C, Malmö C, Kristianstad C och Lund C erbjuds kunder personlig service. Här erbjuds information och försäljning av biljetter. Det går att köpa enkel-, 24 timmar- och 30 dagarsbiljett, samt Sommarbiljett. Det går även att köpa ett nytt reskort. Betalning sker med betalkort, värdekoder eller kontanter.

Cirka hälften av alla sålda biljetter är enkel och 24-timmarsbiljetter som skrivs ut på papper, där giltighetstiden börjar direkt. Övriga biljetter som säljes är främst 30-dagarsbiljett, och dessa kopplas till ett reskort. Våra kundcenter har förutom information och försäljning, en utbildande roll där kunder får hjälp att börja använda självservice. Våra kundcenters lokaler är utformade enligt tillgänglighetskraven, med bland annat taktilt ledstråk fram till en höj- och sänkbar kassadisk.

Faktaruta

Försäljning 2022:	76 miljoner kronor
Andel av privatförsäljning:	2,88 %
Genomsnittligt biljettpris:	389 kronor
Målgrupper:	Sällanresenärer, pendlare & turister
Tillgänglighetsanpassning:	Lokalens utformning uppfyller tillgänglighetskraven.



Figur 2 2 – Procent av försäljningen vid respektive kundcenter. Kundcentren står för 2,88% av den totala försäljningen, vilket kan jämföras med 2016 då kundcentren stod för ca 25% av den totala försäljningen.

Ombud

Skånetrafiken har idag 58 ombud runt om i Skåne. I dagsläget lyckas vi i samtliga kommuner utom i Osby och Skurups kommuner. Vi har dock signerat avtal med ett ombud i Osby som kommer installeras den 22:e augusti 2023, utöver detta har vi slutförhandlingar med ett ombud i Skurup. Kollektivtrafiknämnden har beslutat att det ska finnas minst ett ombud i respektive skånsk kommun. Våra försäljningsombud får betalt genom en försäljningsprovision. Försäljningen via ombud har minskat avsevärt de senaste åren till fördel för appen som växt. En av vinsterna med att vara ombud ligger i merförsäljning och då allt färre kunder kommer in för att köpa biljett upplever många ombud att det nästan inte är värt besväret. Det händer allt oftare att ombud hoppar av och det blir allt svårare att hitta nya. I skrivande stund har vi dock ombud i samtliga skånska kommuner.

Hos ombuden kan kunder få personlig service samt köpa enkel-, 24 timmar- och 30 dagarsbiljett, samt Sommarbiljett. Det går även att köpa ett nytt reskort. Betalning sker med betalkort, värdekoder eller kontanter. Hälften av alla sålda biljetter är enkel och 24-timmarsbiljetter som skrivs ut på

Rubrik	Författare
Fördjupad utredning kring reducering av säljkanaler	Niklas Sandgren

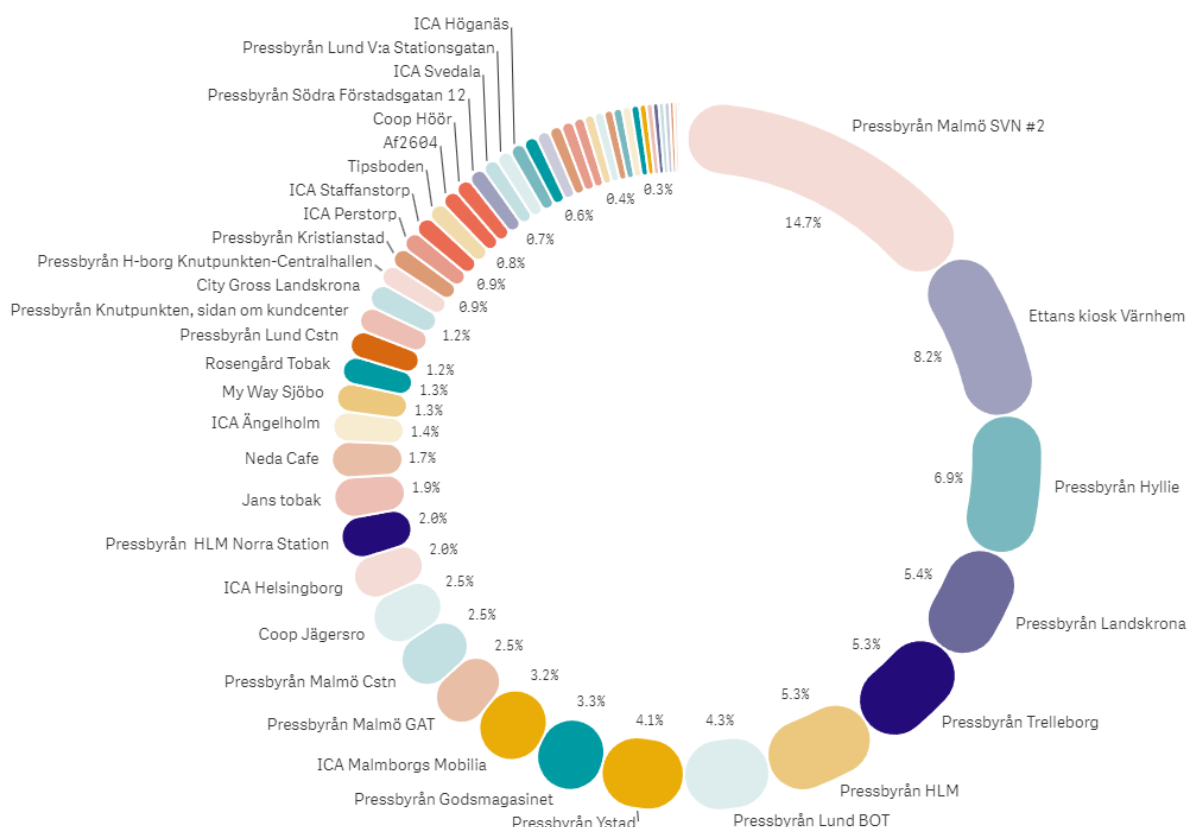
papper, där giltighetstiden börjar direkt. Övriga biljetter som säljes är främst 30-dagarsbiljett, och dessa kopplas till ett reskort.

Alla Pressbyråer i Skåne är ombud och säljer våra biljetter. Dessa ligger placerade på bra lägen, och nästan alltid i anknytning till en station eller större bussholtpunkt. Därutöver är det främst ICA och Coop som är ombud. Våra ombud med störst försäljning är Södervärn, Värnhemstorget och Hyllie i Malmö samt på Hässleholm C. Våra sju största ombud står för över 50 % av ombudens totala försäljning.

Krav på tillgänglighetsanpassning åligger varje enskilt ombud att uppfylla.

Faktaruta

Försäljning 2022:	99 miljoner kronor
Andel av privatförsäljning:	3,77 %
Genomsnittligt biljettpri:	315 kronor
Målgrupper:	Sällanresenärer, pendlare & turister
Tillgänglighetsanpassning:	Tillgänglighetsanpassningar åligger ombuden



Figur 3 3- Den procentuella fördelningen mellan de olika ombuden. Observera att försäljningen i kanalen "Ombud" uppgår till 3,77% och att figuren visar hur den totala försäljningen i kanalen är fördelad. 2016 uppgick ombudens andel av den totala försäljningen till ca 25%.

Betala på regionbuss

På Skånetrafikens regionbussar har kunderna möjlighet att köpa en biljett framme hos föraren. I förarens utrustning går det att köpa enkel- och 24 timmarsbiljetter och betala med betalkort. Biljetten skrivs oftast ut på papper, men går även att få kopplad till ett reskort, dock används denna tjänst ytterst sparsamt. Biljetten aktiveras direkt vid köp.

Regionbuss är den minsta säljkanalen och den används av få kunder. Utställning av biljetter och betalning sker via föraren. Försäljningar tar tid från föraren och riskerar att påverka punktligheten och därmed orsaka att övriga resenärer inte kommer fram i tid. Brist på punktlighet är den faktor som främst påverkar NKI negativt.

Då försäljning av en biljett på regionbuss förekommer så pass sällan, är det även svårt att upprätthålla kunskapsnivån hos förarna kring utställande av biljett. Detta kan i sin tur påverka tidtabellen ytterligare, men även att vissa förare struntar i att ta betalt och låter kunden resa med gratis.

Betalkortsterminalen är enligt branschstandard, och den är placerad så att den kan vändas både mot föraren och den betalande kunden.

Faktaruta

Försäljning 2022:	12 miljoner kronor
Andel av privatförsäljning:	0,44 %
Genomsnittligt biljettpris:	41 kronor
Målgrupper:	Sällanresenärer & turister
Tillgänglighetsanpassning:	Betalkortsterminalen är placerad i höjd enligt gällande tillgänglighetskrav.

Hur vi jobbar med funktionsvariation

Skånetrafikens arbetar utifrån funktionshinderspolitikens mål, vilket innebär att uppnå jämlikhet i levnadsvillkor och full delaktighet för personer med funktionsvariation i ett samhälle med mångfald som grund.

För att nå målet inriktas vårt arbete mot följande fyra områden:

- Universell utformning
- Identifiera och åtgärda hinder
- Individuella stöd och insatser
- Åtgärda och motverka diskriminering.

Fordonsflotta

Skånetrafikens fordonsflotta är tillgänglighetsanpassad och målet är att den ska vara ett attraktivt resealternativ för personer med funktionsvariation. Skånetrafiken har tagit fram utformningsprinciper för fordon och trafik. Dessa principer är framtagna för att skapa enhetlighet och tydlighet. Vi utvecklar våra fordon för att resenärer med funktionsvariation ska kunna använda kollektivtrafik på motsvarande sätt som övriga resenärer.

Om det förekommer personer som trots tillgänglighetsanpassningarna har svårigheter att gå ombord på något av Skånetrafikens fordon finns det möjlighet att få hjälp av förare eller tågvärd, tex genom att ta fram en ramp för att personen med funktionsvariation ska komma ombord.

Hållplatser

För att göra hållplatser och stationer tillgängliga samarbetar Skånetrafiken med kommuner och Trafikverket. Tillsammans ansvarar vi för att samtliga hållplatser uppfyller de tillgänglighetskrav som ställs på offentliga aktörer, som exempelvis *"Boverkets föreskrifter och allmänna råd (2011:13) om avhjälpande av enkelt avhjälpna hinder till och i lokaler dit allmänheten har tillträde och på allmänna platser"*

För mer information om hur Skånetrafiken utformar och planerar hållplatsmiljöer se Skånetrafikens varumärkesmanual, <https://skanetrafiken.varumarkesmanual.se/sv/hallplatser>

Information och Kommunikation

Skånetrafikens mål är att ge individanpassad information som är lättförståelig. För att en person med funktionsvariation ska kunna planera och genomföra sin resa finns det behov av att ha olika kommunikationsvägar. Skånetrafiken kommunicerar och informerar via olika kanaler och i de fall det finns behov erbjuder Skånetrafiken möjlighet till kommunikation och information genom personlig service.

Hemsida, app, utrop samt talenhet

Den digitala utvecklingen fortsätter och allt fler använder sig av Skåtrafikens olika digitala tjänster för att få information. Detta gäller både för kunder som reser med den allmänna- samt den särskilda kollektivtrafiken. Skånetrafikens hemsida och Skånetrafikens app är prioriterade informationskanaler, som ger resenären aktuell information. Både hemsidan och appen uppfyller grundkraven för tillgänglighet och utvecklas kontinuerligt.

Biljetter

Personer med funktionsvariation som fått beviljat färdtjänst har möjlighet att konstadsfritt resa med sin serviceresbiljett tillsammans med en ledsagare inom den allmänna kollektivtrafiken. På tåget kan resenärer med funktionsvariation få avi från tågvärden.

Skånetrafiken har även ett erbjudande till skånska kommuner där vi erbjuder seniorbiljetter, detta erbjudande nyttjas av ca 90 000 personer.

Bemötande och ledsagning

Resenären med funktionsvariation ska bemötas med vänlighet och respekt så att de ska känna sig välkomna när de reser med oss.

Skånetrafiken erbjuder ledsagning för alla resenärer som har funktionsvariation. Ledsagare möter upp resenärer vid utpekade mötesplatser på stationen och följer med resenärer till tåget, hjälper till när en resenär ska byta tåg eller när resan är slut möter ledsagaren upp vid tågets dörr och går med resenären till mötesplatsen. Skånetrafiken har utökad ledsagarhjälp på Malmö central, Lund central, Helsingborg central, Kristianstad central och Hässleholm central, där kan ledsagaren hjälpa resenären mellan de olika trafikslagen.

Omvärldsbevakning

Kollektivtrafiken genomgår en gradvis omvandling, som bygger på både tekniska framsteg och förändringar i resenärernas beteende. Vi ser en rad utvecklingsområden, som accelererats av pandemin. Genom att fokusera på dessa framväxande möjligheter och omfamna förändringarna i vår omvärld kan vi ta nästa steg i vår utveckling inom Skånetrafiken och på så sätt skapa rätt förutsättningar för att skapa bästa möjliga kundupplevelse.

Faktorer som påverkar framtidens kollektivtrafik

Andelen fysiska säljkanaler minskar

Både i Sverige och internationellt minskar andelen fysiska säljkanaler till fördel för digitala alternativ. Ett exempel på denna utveckling är SJ, som från och med september 2023 kommer att stänga sina biljettautomater. I stället hänvisar SJ till appen eller sina ombud (Pressbyrå eller 7-eleven). Sedan tidigare har SJ avvecklat sina kundcenter och även tagit bort möjligheten till att köpa biljett ombord.

Skånetrafiken har också anpassat sina säljkanaler över tid för att effektivisera resandet, öka punktligheten och göra kundupplevelsen bättre. Ett exempel på förändringar som tidigare har gjorts är bortplockandet av möjligheten att köpa biljett med kontanter ombord. Denna typ av förändringar möts alltid av ett initialt motstånd, men över tid har det visat sig att de nya lösningarna är betydligt mer uppskattade av kunderna än vad de gamla var. Motståndet gäller alltså inte de nya lösningarna i sig, utan att man behöver vänja sig vid ett nytt sätt att köpa biljett. Detta motstånd är naturligt och kommer alltid att finnas vid förändring.

Digitalisering och teknologisk adoption

Genom att fokusera på de möjligheter som digitaliseringen ger kan resandet öka med upp till 18 %, enligt en rapport från Telia och analysföretaget Arhur D Little. En av dessa möjligheter är digital biljetthantering, vars globala årliga tillväxttakt uppgår till 16,6 %. Digitaliseringen leder till effektivisering och kostnadsbesparingar för kollektivtrafikoperatörer genom att minska antalet biljettautomater, omfördela servicepersonal och minska kostnaden för utfärdande av fysiska reskort.

Resenärerna efterfrågar enkelhet

En avgörande faktor för att locka fler resenärer till kollektivtrafiken är att upplevelsen ska vara enkel. Internationella studier visar att 45 % av resenärerna skulle öka sin användning av kollektivtrafiken om betalningsprocessen blev enklare.

Uppkopplad och delad kollektivtrafik

Den digitala uppkopplingen möjliggör dataflöden som ger en djupare förståelse för kundernas behov och ett effektivare sätt att hantera integrationen mellan dessa. Uppkopplad kollektivtrafik gör det enklare för personer med funktionsvariationer genom att relevant information görs mer tillgänglig. Vidare kan man se tecken på en ny typ av kombinerad mobilitet (Mobility as a Service - MaaS), som bygger på att kollektivtrafiken och andra hållbara transportsystem kopplas samman, håller på att

Rubrik Fördjupad utredning kring reduktion av säljkanaler	Författare Niklas Sandgren
--	-------------------------------

utvecklas. Via ett och samma abonnemang kan resenären erbjudas olika typer av transporter och relaterade erbjudanden. Forskning och utveckling inom MaaS är omfattande och kommer påverka hur vi reser i framtiden. Till exempel inför Ruter (RKM i Oslo) under 2023 sin första flotta med cirka 20 helt autonoma bilar i kommersiell drift. Bokning och betalning görs i en app och resenärer kan räkna med en väntetid på enbart några minuter, eftersom bilarna rör sig helt "on demand" och plockar upp andra passagerare längs rutten. På några års sikt har Ruters tillsammans med en del av trafikmyndigheterna i Norden som ambition att ha flera hundratals autonoma bilar.

Automatisk in- och utcheckning

Att som resenär kliva ombord utan att behöva tänka på att betala eller validera biljetten har blivit allt vanligare runt om i världen. I stället för att köpa biljetter i förhand, sker incheckning och utcheckning genom automatisk identifiering av passageraren. Till exempel i Stockholm och London sker in- och utcheckning med hjälp av betalkort. Det finns olika teknologier som möjliggör automatisk identifikation av passageraren med hjälp av sensorer i kundens mobiltelefon om kunden godkänner detta. Ett sådant system finns exempelvis i Seoul, Sydkorea.

Kontaktlösa betalningar

7 av 10 kortbetalningar i Sverige sker kontaktlöst, vilket innebär en beröringsfri betalning. Ett antal trafikmyndigheter i Sverige har implementerat lösningar där kunden kan köpa biljett med ett betalkort eller via Mobile Wallet. De trafikmyndigheter som implementerat kontaktlös betalning i kollektivtrafiken, både i Sverige och i andra länder, upplever framgång med systemet.

Det finns en växande möjlighet att registrera förmåner och rabatter direkt på bankkortet. Det utförs även tester där kundens uppgifter matchas mot statliga dataregister för att erbjuda relevanta rabatter. Graubünden Kanton i Schweiz har utvecklat en lösning där det är möjligt att köpa en månadsbiljett eller en rabatterad biljett i en automat och sen koppla den till sitt betalkort eller sin Mobile Wallet. Detta möjliggörs genom att betalkortet görs till en bärare. På detta sätt kan snabbheten i Apple eller Google Pay Expressmode kombineras med flertalet biljetterbjudande i en biljettautomat eller en mobilapp.

Tabell försäljning per kanal övriga trafikmyndigheter

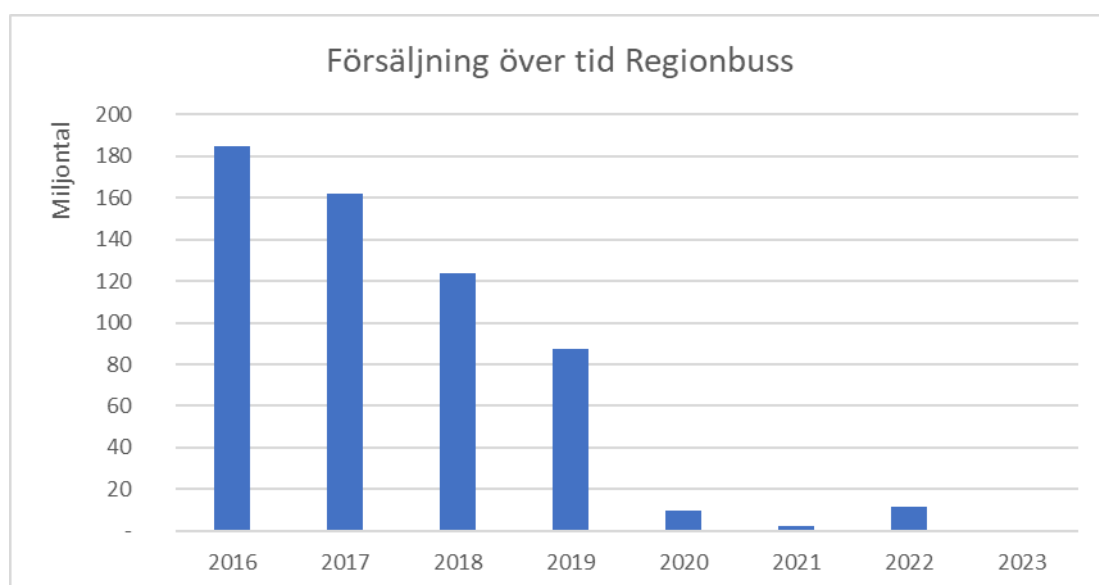
	ST	JLT	VT	BT	ÖT
Självservice	94%	84%	86%	87%	87,6%
<i>Varav app</i>	86%	82%	80%	74%	76,8%
Bemannade kanaler	6%	16 %	14%	13%	12,4%
<i>Varav ombord</i>	0,44%	4%*	0,83%	7%	1,1%
Blippa	1,58%	-	0,38%**	-	3,7%

Tabell 2 - En jämförelse mellan Skånetrafiken (ST), Jönköpings länstrafik (JLT), Västtrafik (VT), Blekingetrafiken (BT) och Östgötatrafiken (ÖT). * Anledningen den relativt höga andelen är att enkelbiljetter och påfyllning av kund kassa endast säljs ombord. ** Lanserades maj 2023. Endast zon A som omfattar Göteborg, Partille, Mölndal och Öckerö.

Nerläggning av försäljning på Regionbuss

Bakgrund

Försäljningen av biljetter ombord på regionbussar har under en längre tid uppvisat en kontinuerlig nedåtgående trend. Denna markanta förändring i kundbeteende kan till stor del tillskrivas införandet av Skånetrafikens nya biljettsystem och SKÅ-appen. Det nya systemet har möjliggjort en enklare och smidigare användning av andra försäljningskanaler som bättre tillgodoser kundernas behov.



Figur 7 – Hur försäljningen ombord regionbuss har förändrats över tid. Det markanta fallet under 2020-2021 kan tillskrivas pandemin. Försäljningen ombord har däremot inte återhämtat sig efter pandemin eftersom kunderna gått över till appen.

Pandemin har dessutom spelat en betydande roll och påskyndat kundernas förflyttning, då det under perioden mellan maj 2020 och september 2021 inte var möjligt för kunderna att köpa biljetter ombord på våra regionbussar. Under denna period valde kunderna i stället att utnyttja alternativa försäljningskanaler.

Under år 2022 hade vi försäljningen ombord på regionbussar öppen under hela året, vilket resulterade i en total försäljning på 11,5 miljoner kronor. Vi anser att detta utgör ett nytt basår för försäljning efter pandemins påverkan på denna försäljningskanal och bedömningen är att försäljningen i kanalen kommer att falla ytterligare.

Baserat på den kundundersökning som genomfördes under 2022 framgick det att 89 % av de tillfrågade kunderna skulle välja en alternativ försäljningskanal för att köpa biljetter om de inte kunde göra det ombord på regionbussen. Med denna resonemangsförmåga finns det en risk att Skånetrafiken går miste om 11% av försäljningsintäkterna, vilket motsvarar 105 000 SEK per månad. Resterande 11% förflyttar vi med hjälp av informationskampanjer och utbildning och säkerställer på så sätt att alla kunderna får möjlighet till en trygg och säker övergång till en annan försäljningskanal.

Rubrik Fördjupad utredning kring reducering av säljkanaler	Författare Niklas Sandgren
---	-------------------------------

Kundundersökning

Under september 2022 genomfördes en kundundersökning bland de resenärer som köper biljett ombord på regionbuss. Syftet med undersökningen var att förstå resenärens behov och drivkrafter samt undersöka vilka parametrar som påverkar valet av betalsätt och undersöka om en förflyttning till andra betalsätt var möjlig.

Undersökningen genomfördes med hjälp av personliga intervjuer, som utfördes av fältpersonal ombord på utvalda regionbusslinjer med hög andel biljettförsäljning ombord (se tabell 1 nedan). Fältpersonalen observerade visuellt ombord på bussen och i de fall en resenär köpte sin biljett direkt av föraren initierades kontakt och intervjun genomfördes.

Kundundersökningen visar att de som köper biljett ombord på regionbuss är ett tvärsnitt av Skånetrafikens resenärer. Det går alltså inte att påvisa att seniorer, funktionsvarierade, ungdomar eller någon annan specifik grupp använder möjligheten till köp ombord i större utsträckning än någon annan.

Antal intervjuer	28 intervjuer genomfördes på totalt 40 turer.
Kalendertid	Studien genomfördes under perioden 15 september-2 oktober 2022, kl. 7-18 måndag-söndag
Könsfördelning	39% kvinnor och 61% män
Åldersfördelning	82% av respondenter var mellan 25–65 år, 11% var över 65 år och 7% under 25 år
Syfte med resa	För 93% av respondenterna var syftet fritidsresa, resterande 7% reste till/från arbete
Utvalda busslinjer	220, Höganäs – Helsingborg 100, Höllviken – Malmö – Falsterbo 130, Malmö – Lund 545, Kristianstad – Broby – Osby
Övrigt	Ingen av respondenterna hade någon funktionsvariation

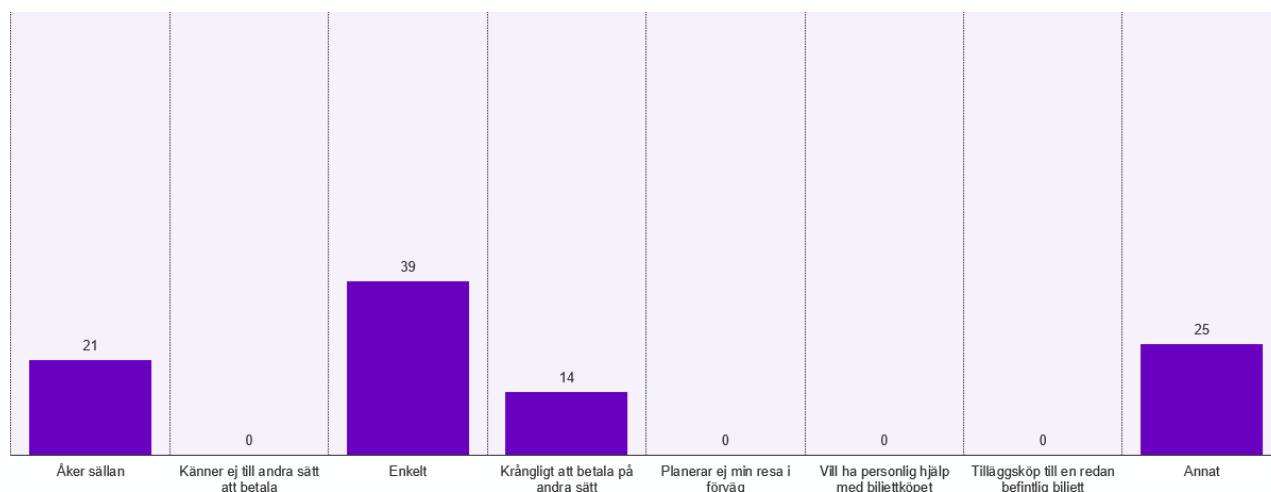
Tabell 3 – Bakgrundsfakta kundundersökning regionbuss.

Rubrik Fördjupad utredning kring reducering av säljkanaler	Författare Niklas Sandgren
---	-------------------------------

Anledningar till att resenärer köper biljett ombord

Av undersökningen framgick att enkelhet och krångligt att betala på andra sätt är de främsta anledningarna till att en del resenärer väljer att köpa sin biljett ombord.

Vilken är den främsta anledningen till att du köpte din biljett ombord på bussen direkt av busschauffören?



Figur 4 - Vilken är den främsta anledningen till att du köpte din biljett ombord på bussen direkt av föraren? Observera att enkelhetsaspekten är kopplad till kunden. Huruvida det är enkelt för föraren att sälja biljetten eller hur andra kunder upplever påverkan på sin resa framgår inte av svarsunderlaget.

En fjärdedel av respondenterna svarar att det finns andra anledningar till att de betalar ombord, dessa anledningar är bland annat att appen krånglar eller att deras Bank ID inte fungerade. Det fanns även respondenter som betalade ombord eftersom de ville ha ett utskrivet kvitto.

Värt att notera är att ingen av respondenterna nämner att de betalar ombord för att de vill ha personlig hjälp av föraren.

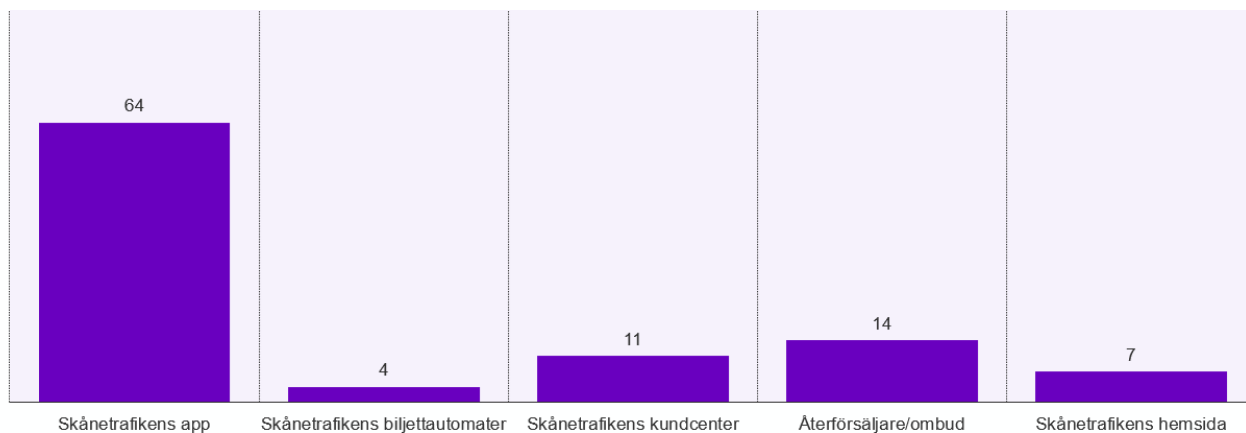
Kunskap kring andra betalsätt

Samtliga respondenter i undersökningen har kännedom om att det finns ett flertal olika sätt att köpa biljett på, men fortsätter ändå att köpa biljett ombord av föraren av gammal vana. Majoriteten av resenärerna (89 %) svarar att de skulle använda en annan kanal om det inte var möjligt att betala ombord. Större delen av dessa skulle då använda appen. Av den tredjedel som väljer ett annat betalsätt än appen svarar 77 % att de önskar betala med jojokort, kontanter eller Swish direkt på bussen. Resterande 23 % svarar att de inte vet hur de vill betala. Endast 11% säger att de skulle avstå från att resa om betalning ombord inte var möjligt.

De resenärer som uttrycker motstånd till att använda appen efterfrågar kontantbetalning eller Skånetrafikens tidigare reskort- Jojokortet. Vissa resenärer framhåller enkelheten i betalningen blippa med betalkort, som finns på stadsbussarna i Skåne och som SL infört inom hela kollektivtrafiken i Stockholm.

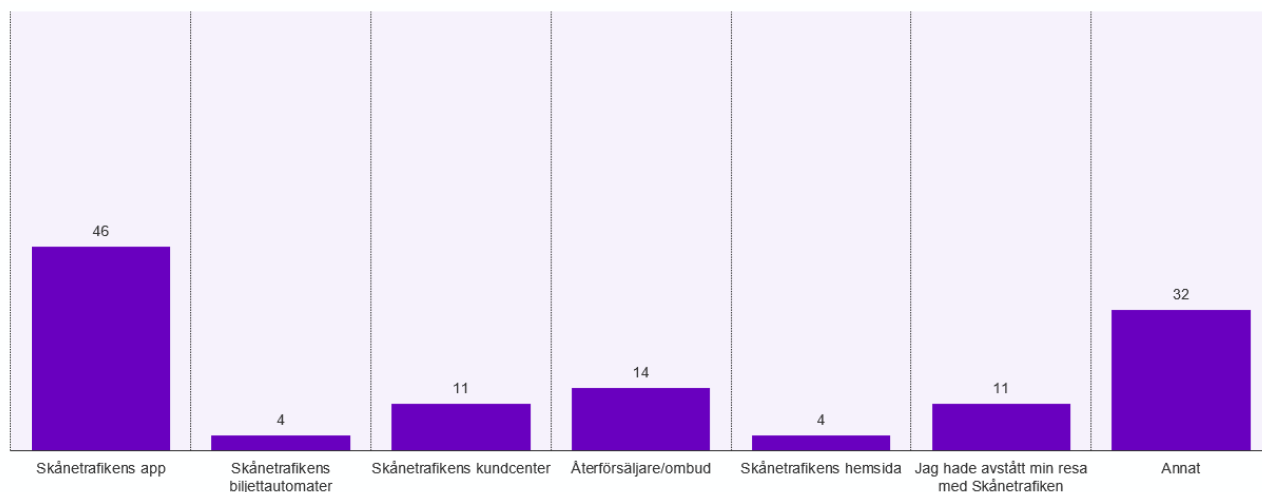
Rubrik Fördjupad utredning kring reducering av säljkanaler	Författare Niklas Sandgren
---	-------------------------------

Känner du till vilka andra möjligheter det finns för att köpa och betala för din biljett?



Figur 5 - Känner du till vilka andra möjligheter det finns för att köpa och betala för din biljett?

Hur skulle du betala för din biljett om det inte var möjligt att köpa din biljett av föraren ombord på bussen?



Figur 6 - Hur skulle du betala för din biljett om det inte var möjligt att köpa din biljett av föraren ombord på bussen? Observera att ca en tredjedel vill ha tillbaka gamla lösningar som Skånetrafiken plockat bort för 5-15 år sedan.

Risk och konsekvensanalys

Nedan förs ett resonemang kring risker och konsekvenser inom olika områden om försäljning på regionbussarna skulle upphöra. De områden som studeras är:

- Kostnader
- Kundupplevelse
- Funktionsvariation
- Seniorer
- Turister

Kostnader

Den exakta kostnaden för ombordförsäljningen är svår att beräkna på grund av att kanalen delar tekniska miljöer med andra delar av biljettsystemet. Av denna anledning har vi valt att fokusera på de externa leverantörskostnaderna, vilket är en årlig kostnad på nästan 12 miljoner kronor.

Kostnaderna förväntas öka markant inför 2024 på grund av nya krav kopplade till betalkortsstandarden PCI-DSS. Skånetrafiken kommer behöva lägga till en månatlig kostnad på ytterligare 1 miljon kronor för att dagligen inspektera alla kortläsare samt göra en engångsinvestering på 15 miljoner kronor för att köpa in nya betalkortsterminaler.

Tabellen nedan visar den uppskattade kostnaden för närvarande samt prognosen för 2024/2025.

	2022	2023	2024	2025
Löpande kostnader	12 miljoner	12 miljoner	24 miljoner	24 miljoner
Investeringar	-	-	15 miljoner	-
Total kostnad	12 miljoner	12 miljoner	39 miljoner	24 miljoner

Tabell 4 – Årliga kostnader för att hålla betalkanalen öppen. Det ska jämföras med intäkterna som är 11 miljoner årligen.

Observera att dessa kostnader endast inkluderar externa leverantörskostnader och inte tar hänsyn till eventuella interna kostnader, utbildning av förare samt ytterligare investeringar eller andra faktorer som kan påverka den totala kostnaden för kanalen. Detta innebär att kanalen genererar mindre intäkter än vad den kostar att underhålla.

24 miljoner kronor motsvarar produktionskostnaden på exempelvis linje 131 Malmö Värnhem – Lund Bankgatan (412 000 resor), linje 24 Humlegården – Väla i Helsingborg (141 000 resor) eller linje 321/322 Ystad-Skillinge-Simrishamn (44 000 resor).

Kundupplevelse

Skånetrafiken strävar efter att tillhandahålla kollektivtrafik som är tillgänglig för alla. Vårt mål är att använda våra resurser på bästa sätt för att skapa värde för alla våra kunder i alla försäljningskanaler. Det är därför rimligt att överväga om det är klokt att fortsätta med en försäljningskanal på regionbussar som genererar mindre intäkter än vad den kostar att underhålla, samtidigt som den bidrar till en försämrad upplevelse för redan ombordvarande kunder och förare samt har en negativ inverkan på punktligheten. Försäljningen ombord på regionbuss tar tid från föraren, vilket riskerar att

Rubrik Fördjupad utredning kring reducering av säljkanaler	Författare Niklas Sandgren
--	--------------------------------------

påverka punktligheten och orsaka att övriga resenärer inte kommer fram i tid eller missar sina anslutningar. Brist på punktlighet är den faktor som främst påverkar NKI negativt.

Nedan redogörs för hur Skånetrafiken avser möta olika resenärsgupper om kollektivtrafiken beslutar stänga försäljningskanalen:

Initialt kommer en förflyttning av kunderna möta visst motstånd. Det är historiskt säkerställt att vissa kunder inte kommer att uppleva förändringen som positiv. Denna utmaning ska dock ställas i relation till kostnaderna för att hålla kanalen öppen och om det finns andra, fullgoda alternativ om försäljningskanalen skulle försvinna. Överlag gör förvaltningen bedömningen att kunderna kommer att få en förbättrad upplevelse genom att använda andra försäljningskanaler.

Kunderna kommer fortfarande att ha goda möjligheter att köpa biljett via alternativa kanaler, framför allt genom Skånetrafikens app. Biljetter kan även köpas och laddas på resekortet hos ombud, kundcenter eller via webben. Dessutom kommer biljetter fortfarande att kunna köpas via biljettautomater och genom kontaktlös betalning i stadstrafiken.

Det kommer dock krävas en förändring i beteendet för vissa kundgrupper, främst sällanresenärer och turister. För att hjälpa sällanresenärer med förändringen planerar Skånetrafiken en omfattande kampanj som syftar till att informera om behovet av att använda andra försäljningskanaler och hur man som kund kan agera. Kampanjen kommer att inkludera pressmeddelanden, information på våra skärmar, sociala medier, utdelning av broschyrer vid köp ombord och information vid hållplatser. När det gäller turister bedömer vi att risken för minskad kundnöjdhet är liten, eftersom tidigare undersökningar visar att turister som reser kollektivt redan är vana vid att undersöka och köpa biljetter innan de kommer till en stad.

För att hjälpa våra kunder att hitta rätt säljkanal för dem erbjuder våra kundcenter enskilda bokade möte. Där för vi en dialog med kunden för att identifiera rätt säljkanal för kundens behov.

Genom att identifiera och hantera dessa risker på ett proaktivt sätt strävar vi efter att minimera negativa konsekvenser för våra kunder och skapa en smidig övergång till nya försäljningskanaler vilket sammantaget kommer leda till en bättre kundupplevelse och högre kundnöjdhet.

Kunder med funktionsvariation

Personer som, på grund av varaktig funktionsvariation, har väsentliga svårigheter att förflytta sig på egen hand eller att resa med allmänna kommunikationsmedel beviljas vanligtvis färdtjänst som ett transportalternativ. Förutom färdtjänst erhåller de också en serviceresebiljett, vilken de kan använda för resor både med färdtjänst och inom den allmänna kollektivtrafiken. Med denna serviceresebiljett erbjuds biljetthinnehavaren, och upp till en ledsagare, fria resor inom den allmänna kollektivtrafiken i hela Skåne.

Resenärer som har svårigheter att resa med allmänna kommunikationsmedel, men inte uppfyller kriterierna för färdtjänst, behöver planera sina resor genom att antingen installera Skånetrafikens app eller ladda ett reskort med biljetter.

Vi har genom olika undersökningar utforskat om denna grupp kommer att vara extra utsatt om vi slutar med försäljning på regionbussar. I vår kundundersökning, där vi var ute under två veckor, identifierades ingen med funktionsvariation av de som betalade ombord på regionbuss. Vi har även

Rubrik Fördjupad utredning kring reducering av säljkanaler	Författare Niklas Sandgren
---	-------------------------------

haft dialog med vår kundserviceorganisation, och de har inte identifierat denna målgrupp som extra utsatt om vi tar bort denna försäljningskanal.

Utöver detta har vi även haft en dialog med olika funktionsrättsorganisationer där vi har förklarat anledningen till förändringen samt vilka framtidssatsningar vi planerar gällande tillgänglighetsanpassningar. I vår dialog kom vi även överens om att information kring hur man skall köpa biljett skall distribueras till funktionsrättsorganisationer efter beslut. Efter denna och fortsatt kontinuerlig dialog känner vi oss mer än övertygade om att vi kan vidareutveckla biljettsystemet på ett sätt som fortsatt tillgodoser behoven hos denna målgrupp på ett mer än tillfredsställande sätt.

Seniorer

Merparten av skånska kommuner erbjuder idag sina äldre seniorkort, vilket möjliggör fritt resande inom den egna kommunen. Seniorkortet är idag ett fysiskt reskort som resenären blipper ombord. Skånetrafiken erbjuder dessutom en tjänst där vi kommer ut och föreläser hos olika intresseorganisationer, vi berättar då hur du reser och köper biljett i vår trafik. Denna tjänst är mycket populär bland våra seniororganisationer. Erfarenheten dessa möten har gett oss är insikten att merparten av våra äldre idag har hög digital kompetens och är nyfikna på ny teknik. På dessa möten hjälper vi dessutom alla som vill att installera Skånetrafikens app.

Under det kommande året kommer vi även erbjuda våra seniorer att få sitt seniorkort i mobilappen som en digitalt seniorkort. Detta kommer hjälpa ytterligare att skapa en digital förståelse i denna målgrupp.

Turister

Forskning visar att turister som använder kollektivtrafik i en ny stad eller ett nytt land har en tendens att planera sin resa i förväg för att undvika osäkerhet och obehag. En rapport från Visit Sweden visar på att turister söker upp upplevelser digitalt inför sin semester. Samma rapport visar också på vikten av en sömlös reseupplevelse i resecykeln – hela vägen från inspiration, planering, bokning till upplevelse på plats.

En studie genomförd på turister i London visade att majoriteten av turisterna planerade sin resa med kollektivtrafik i förväg. Resenärerna använde digitala verktyg för att utforska alternativ, välja de bästa rutterna och förbereda sig inför resan. En annan studie på turister i Barcelona visade att turister som planerade sin resa med kollektivtrafik i förväg hade en bättre upplevelse jämfört med de som inte gjorde det. De visste vilka linjer de skulle ta, var de skulle stiga av och hade en uppskattning av restider och kostnader. Även svenska turistföreningen (STF) menar att turister vill kunna planera sin resa med buss och tåg långt i förväg. Att som trafikhuvudman tillhandahåller digitala hjälpmedel och verktyg för att ge information om rutter, tidtabeller och priser gör att turisten kan optimera sin resa och känna sig mer bekväm och på så sätt få en bättre upplevelse. Tillväxtverket pekar ut just digitalisering som en av de megatrender som skapar möjlighet för innovation inom turism och besöksnäring.

Med ovanstående argument som bakgrund menar vi att även skånska turister kommer planera sin resa i förväg och ta del av det utbud som finns tillgängligt och då primärt de digitala kanalerna.

Utöver detta pågår arbete med att hitta en ny och bättre lösning för att möta våra turister.

Summering

Baserat på ovan analys inklusive kostnader och investeringar, analys av data för biljettköp, dialog med branschorganisationer för funktionsvariation samt kundundersökningen gör att vår rekommendation är att stänga ombordförsäljningen på regionbuss.

Den höga kännedomen om andra försäljningskanaler och våra planerade kampanjer och erbjudande av utbildning gör att vi känner oss trygga i att vi kan förflytta dessa få kunder tryggt och säkert till våra övriga säljkanaler.