

Försäljningskanalstrategi

Ordförandens förslag

1. Kollektivtrafiknämnden fastställer försäljningskanalstrategi 2024-2026 enligt föreliggande förslag.
2. Kollektivtrafiknämnden ger trafikdirektören i uppdrag att inom ramen för nästa försäljningskanalstrategi bevaka möjliga alternativ för att införa en neutral valideringsteknik för samtliga trafikslag i både region- och stadstrafiken.

Sammanfattning

Sedan Skånetrafikens biljettsystem lanserades 2017 har en ökande trend sett resenärer föredra appen för sina biljettköp, vilket påverkar förhållandet mellan befintliga försäljningskanaler.

I ärendet finns följande dokument:

1. Beslutsförslag 2024-04-17
2. Presentation – KTN Försäljningskanalstrategi 2024-04-24

Beskrivning av ärendet och skälen för förslaget

Den 25 augusti 2023, § 72, gav kollektivtrafiknämnden trafikdirektören i uppdrag att ta fram ett förslag till ny försäljningskanalstrategi där "blippa" på regionbuss är inkluderad. Skånetrafiken har genomfört en utredning för att ta fram ett förslag på väg framåt avseende antalet försäljningskanaler i kollektivtrafiken. Förslaget syftar till att vidmakthålla funktionalitet, stänga ett antal stora digitala utvecklingsarbeten samt att förbereda förvaltningen på möjliga, framtida försäljningsformer.

Sedan lanseringen av Skånetrafikens biljettsystem 2017 har ses en tydlig trend där resenärerna alltmer går mot att använda Skånetrafikens app. Förvaltningen har som mål att 90% av biljettförsäljningen ska ske via appen vid årets slut 2024. Under januari-februari 2024 var andelen kunder som köpte sin biljett 88,5%, vilket innebär att övriga försäljningskanaler endast står för en liten del av den

totala försäljningen.

Under 2023 tog kollektivtrafiknämnden beslutet att upphöra med försäljning på regionbussar då en analys och en kundundersökning visade att kunderna i målgruppen hade andra alternativa sätt att köpa biljett.

Uppföljning försäljning på regionbuss

Efter beslutet genomförde förvaltningen en omfattande kampanj kunderna informerades om förändringen. Förvaltningen deltog på ett antal olika dialogmöten med olika föreningar där det informerades kring hur man i stället kan köpa sin biljett. Förvaltningen såg ett ökat antal registrerade kundärenden i samband med beslutet, men efter årsskiftet har inflödet av ärenden i princip upphört.

Som en del i arbetet med en framtida försäljningskanalstrategi har en kundundersökning riktad till våra kunder som köper biljett hos ombud och kundcenter genomförts. Kundundersökningen visar att skälen till att kunder väljer bemannade kanaler är möjligheten till personlig service, att det känns enkelt eller vant samt att det känns tryggt och säkert. Hälften av de svarande kunderna skulle föredra att använda sig att appen men 62% skulle då behöva personlig hjälp, bättre information, eller användarinstruktioner för att kunna göra denna övergång. Endast 3% av de tillfrågade har inte tillgång till en dator eller smartphone, vilket motsvarar 0,06% av Skånetrafikens kunder. Studerar man kundgruppen ur ett åldersperspektiv framgår det att fler äldre än yngre föredrar möjligheten att köpa biljett genom personlig service.

Sedan Skånetrafiken införde det nuvarande biljettsystemet har man befunnit sig i ett stadium av ständig utveckling. Nya funktioner, nya biljetter samt biljettsamarbeten med andra regioner har medfört en digital skuld som behöver hanteras. De två stora projekt som just nu upptar huvuddelen av tiden på Skånetrafikens utvecklingscenter är Sydtaxa 2.0 och projekt Pandora (Serviceresor). Dessa projekt behöver prioriteras för att skapa en stabil driftsmiljö och för att säkerställa att synergier med appen ska kunna utnyttjas till fullo. Förvaltningen gör därför bedömningen att de funktioner och försäljningskanaler som finns idag kan vidmakthållas på en funktionell nivå, samtidigt som Skånetrafiken förbereder för att kunna implementera ny teknik i takt med att den digitala utvecklingen skapar förutsättningar och möjligheter. Skånetrafiken föreslår därför en strategi som sträcker sig över åren 2024-2026 och att försäljningskanalerna hanteras enligt följande:

Blippa på regionbuss

Förvaltningen har undersökt möjligheterna att köpa biljett ombord på regionbuss genom att blippa ett betalkort. Utredningen har särskilt tittat på perspektiven:

- Användarvänlighet & enkelhet
- Potentiellt kundunderlag och -behov
- Beroendet av interna och externa resurser för att möjliggöra teknisk

utveckling

Slutsatsen är att det under rådande omständigheter endast är möjligt att implementera en lösning som innebär enhetstaxa.

Två olika förslag på enhetstaxa har konsekvensbeskrivits.

Alternativ 1: 117 kronor, vilket motsvararkostnaden för en enkelresa med giltighet i hela Skåne

Alternativ 2: 58 kronor, vilket motsvarar priset för en mellanzon.

Erbjudandet är begränsat till att endast gälla en vuxen, och inga rabatter kan erbjudas. Tekniska begränsningar medför att det inte är möjligt att lösa övergång mellan stadsbussar och regionbussar. Detta innebär att en kund som börjar sin resa på en stadsbuss först får betala 31 kronor på stadsbussen och sedan 117 kronor eller 58 kronor vid blipp på regionbussen.

För ett enhetspris på 58 kronor konstateras en stor risk för förlorade intäkter då det skapar möjligheter för optimering för såväl pendlare som sällanresenärer. Denna risk är så pass stor att förvaltningen gör bedömningen att alternativet inte är en hållbar lösning.

Alternativet med ett enhetspris på 117 kronor innebär att det blir mycket dyrare för merparten av de kunder som reser med regionbuss, eftersom majoriteten av dem idag reser kortare resor. Erbjudandet blir också otydligt mot kunderna eftersom priset kan komma att variera beroende på vilket fordon resan börjar. Bedömningen är att lösningen inte är ett bra alternativ för målgruppen som tidigare använt sig av regionbuss vilket gör att ett införande av blippa på regionbuss skulle ha en negativ påverkan på NKI.

Under arbetet har förvaltningen även utvärderat implementationen av en Check-in / Check-out lösning. Skånetrafiken skulle behöva göra omfattande investeringar i valideringsutrustning för att kunna möjliggöra sådan lösning. Denna investering skulle även behöva skrivas av på kort tid då samtliga validatorer kommer behöva bytas ut inom 5 år kopplat till nuvarande avtal.

Med tanke på beskrivna förutsättningar och förväntade konsekvenser föreslås att inte införa "Blippa" på regionbuss.

Ombudsförsäljning

Förvaltningen erbjuder idag ombud i samtliga 33 skånska kommuner. Dessa omsätter årligen runt 90 miljoner. Två tredjedelar av försäljningen avser pendlarprodukter. Förvaltningen har utvärderat möjligheten att utöka med fler ombud och bedömer det som ett gångbart alternativ, förutsatt att det finns ett intresse. Det är möjligt att öppna upp för fler att bli ombud, förutsatt att det finns intresse. Den kostnad det medför består i utrusning i form av hårdvara, samt kostnad för försäljningsprovision.

Förvaltningen ser det som hanterbart att öppna upp för att samhällen med mer än 4 000 invånare ska ges möjlighet att ha ett ombud, förutsatt att det finns en motpart som kan axla ansvaret att företräda Skånetrafiken som ombud.

Appen

Det finns ett antal funktioner i appen som alltså behöver färdigställas. Det gäller framförallt Sydtaxa 2.0 men det handlar även om funktioner kopplat till driftsäkerhet och ekonomisk redovisning. I övrigt genomförs tekniska uppgraderingar för att förbättra användarupplevelsen.

Övriga försäljningskanaler

För övriga försäljningskanaler, det vill säga skola/kommun, biljettautomater, kundcenter, digitala återförsäljare, blippa stadsbuss, företag och skånetrafiken.se föreslår förvaltningen att de tekniskt sett vidmakthålls på nuvarande nivå. Förvaltningen fortsätter däremot med att utveckla erbjudanden för företag. Förvaltningen fortsätter även det arbete som pågår på riksnivå gällande en nationell åtkomstpunkt för digitala återförsäljare, ett arbete som drivs genom Samtrafiken.

Övriga fokusområden

Förutom hanteringen av försäljningskanalerna föreslår förvaltningen en strategisk inriktning mot följande huvudområden:

- Ökad försäljning och nya kunder
- Enkelhet och tillgänglighet
- Kostnadseffektivitet
- Marknadsbevakning

Ökad försäljning och nöjda kunder

Skånetrafikens huvudmål är att öka antalet kunder som väljer kollektivtrafik. Genom att nå en marknadsandel på 40% till år 2030 och uppnå en kundnöjdhet på 8 av 10 innan år 2025, skapas en stark och lojal kundbas.

Enkelhet och tillgänglighet

Skånetrafiken gör det enkelt för våra kunder att köpa sina resor. Oavsett var de befinner sig, när de vill resa, eller deras ekonomiska eller personliga förutsättningar, ska Skånetrafiken tjänster vara tillgängliga och lätta att använda.

Kostnadseffektivitet

Skånetrafikens biljettsystem präglas av kostnadseffektivitet. Genom att hålla utvecklings- och driftskostnaderna så låga som möjligt, samtidigt som kontinuerlig förbättring och uppdatering av systemet eftersträvas, upplevs kanalerna som attraktiva. På så vis kan förvaltningen säkerställa att det finns ett relevant utbud av försäljningskanaler som är anpassade efter kundernas behov. Ny teknik införs när det är lämpligt, där fokus ligger på användarvänlighet och tillgänglighet.

Ekonomiska konsekvenser och finansiering

Beslutet har i sig inga ekonomiska konsekvenser. Om fler ombud skulle tillkomma kostar det 60 000 kr per ombud och år.

Juridisk bedömning

Det föreligger inga juridiska hinder att fatta detta beslut.

Miljökonsekvenser

Beslutet har i sig inga direkta miljökonsekvenser.

Samverkan med berörda fackliga organisationer

Ingen samverkan har bedömts nödvändig.

Uppföljning

Uppföljning sker inom ramen för förvaltningens ordinarie verksamhet. Inför nästa utkast till försälkningskanalstrategi ska möjligheten till en teknikneutral valideringsteknik bevakas.

Carina Zachau
ordförande

Maria Nyman
trafikdirektör