

Kollektivtrafiknämnden

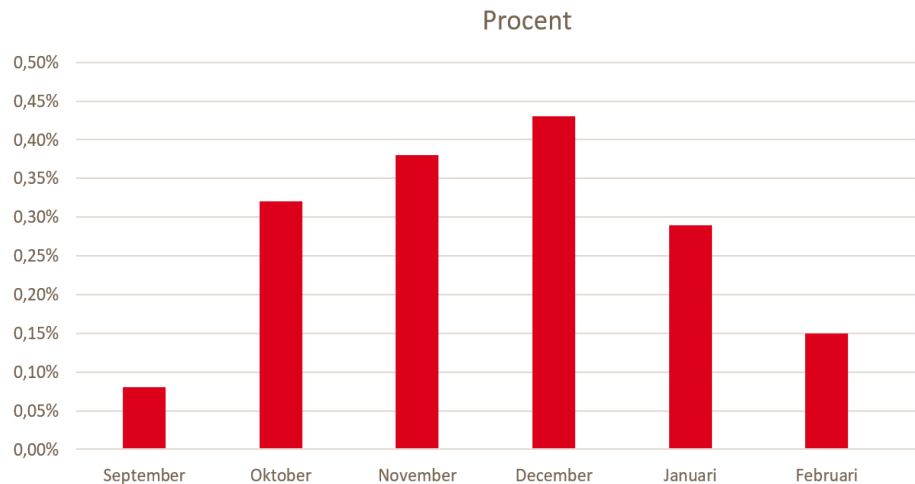
2024-04-24

Skånetrafiken

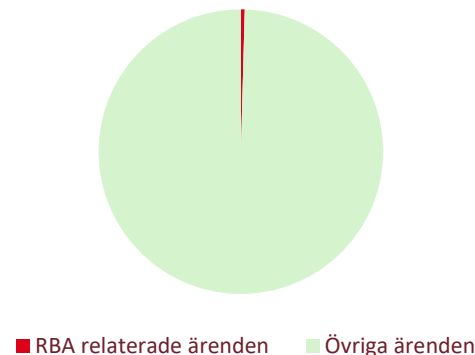
Har vi kvar kunder som inte hittat ett annat sätt att betala?

- Rekordhög andel i appen under januari och februari - hela 88,5%!
- Självservicegrad för privat personer 98% januari och februari 2024!
- 85% tycker det är enkelt att köpa biljett – stabil mätning över tid.
- Vi har bra alternativ till kunder som inte vill använda app!

Avveckling RBA- hur har det gått?



Andel RBA ärenden till Kundservice



- Få registrerade ärenden hos Kundservice. En handfull personer återkommande.
- Några kritiska röster gjort sig hörda i media. Vanligt att tycka till och belysa "någon annans" problem, exempelvis hur svårt det kommer bli för turister.
- Svårt att se trender för var kunden som betalade ombord (0,4 % av totalen) tagit vägen, då det låga antalet försvinner i mängden.

Cirkeldiagrammet visar december månad, när flest antal ärenden kopplat till stängning av RBA kom in, i relation till det totala antalet inkomna ärenden som registrerats till kundservice. Några av dessa ärenden är relaterade till samma personer som ringt in flera gånger.

Kanalstrategi 2024 – 2026

Målbild kanalstrategi

Ökad försäljning och nöjda kunder

Vårt 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**, skapar vi en stark och lojal kundbas.

Enkelhet och tillgänglighet

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

Kostnadseffektivitet

Skånetrafikens biljettsystem ska präglas av **kostnadseffektivitet**. Vi kommer att hålla utvecklings- och driftskostnaderna så låga som möjligt samtidigt som vi strävar efter att kontinuerligt förbättra och uppdatera systemet. Vi kommer kontinuerligt utmana kanaler som har låg försäljning för att säkerställa att de skapar värde för våra kunder.

Följa marknaden och dess trender

Skånetrafiken strävar alltid efter att vara i takt med marknadens trender. Vi anpassar våra säljkanaler för att möta kundernas behov effektivt och flexibelt. Vi är beredda att anamma ny teknik **när det är lämpligt**, vår främsta målsättning är att erbjuda pålitliga tjänster med kunden i fokus.

Säljkanal	Försäljning 2023	Målgrupp	Strategi
Skånetrafikens app	2659 miljoner	Alla	Fortsätta jobba med enkelheten. Under våren kommer nya biljettvyer och under hösten Sydtaxa 2.0.
Skola / kommun	305 miljoner	Kommuner	Jobba vidare med förflyttningen av ungdomar och seniorer från reskort till app.
Biljettautomater	186 miljoner	Turister & Sällanresenärer	Utreda nästa generation biljettautomater. Support för nuvarande automater upphör februari 2029.
Ombud	90 miljoner	Personlig service	Ingen vidareutveckling av analoga kanalen fokus på utveckling av lösning för digitala ombud.
Kundcenter	72 miljoner	Personlig service	Ingen vidareutveckling av säljkanalen, fokus på personlig service och hjälpa kunderna in i självbetjäningsskanaler
Digitala återförsäljare	58 miljoner	Alla	Utveckling av pilot av Nationell Åtkomstpunkt som kan fungera som gränssnitt för Digitala Återförsäljare.
Blippa	47 miljoner	Turister & Sällanresenärer	Anpassningar av lösningen för att på bättre sätt kunna få fram sina kvitton.
Företag	42 miljoner	Företag	Utveckling av funktioner som hjälper företag att ge sina anställda biljetter i kollektivtrafiken, samt funktionalitet för ekonomisk avstämning.
Skånetrafiken.se	37 miljoner	Självservice för reskortskund. Köpa åt andra; "Föräldrar" & Gode män	Underhåll av säljkanalen samt anpassning för att möta tillgänglighetskrav (WCAG)

Status
Vidareutveckla
Underhåll

Kundundersökning

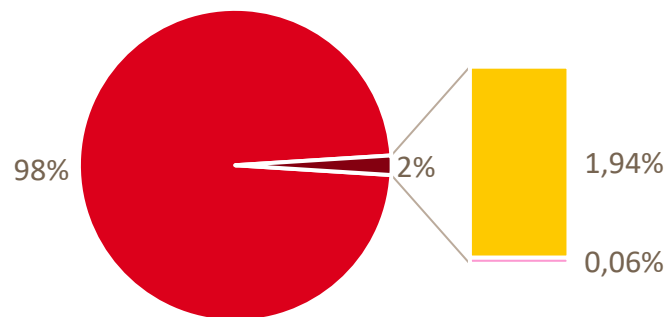
- Kundundersökning hos **Kundcenter** och **Ombud** hösten 2023.
- Syfte med undersökningen: Ta reda på vilka behov och drivkrafter som ligger till grund för att kunder använder en bemannad säljkanal.
- Intervjuer genomfördes under november 2023 på alla fyra kundcenter och utvalda ombud:
 - Antal respondenter: 328 (Kundcenter: 163, ombud: 165)
 - Åldersgrupper
 - <25 år
 - 25–65 år
 - >65 år



Kundundersökning- lärdomar

- Främsta skälen till att kunden köper biljetter på ett kundcenter eller hos ett ombud är:
 - Önskar **personlig service**
 - Det är **enkelt eller av gammal vana**
 - Känns **tryggt och säkert**
- **Cirka hälften** av respondenterna svarar att de skulle föredra att köpa biljett via **Skånetrafikens mobilapp**.
- **Endast 3%** av de respondenter anger att skälet till att de uppsöker en bemannad kanal är att de **inte har tillgång till dator eller mobil**.
- Av de som idag inte köper sin biljett via en självservicekanal angav **62 %** att **personlig hjälp, bättre information och användarinstruktioner** är det som krävs för att de ska övergå till självservice.

Andelen försäljning / kanaltyp



- Självservice kanal (App, Webb, TVM)
- Bemannad kanal - Kund har mobil / dator
- Bemannad kanal - Kund saknar mobil / dator



Blippa på Regionbuss

Skånetrafiken

Förutsättningar för framgångsrik Blippa

1. Snabbt och enkelt

- För alla med betalkort
- Självklart hur jag ska göra

2. Rättvist pris

- Korrekt pris utifrån vilken resa jag gör och vilken typ av resenär jag är.

3. Tydligt, tryggt och säkert

- Har alltid en giltig betalning/biljett
- Lätt att förstå hur det fungerar (pris, geografi)
- "Hela resan"- enhetligt erbjudande oavsett trafikslag.

Alla tre
behöver
uppfyllas!





Utrett olika perspektiv

Vi har utrett en mängd olika lösningsförslag och idéer utifrån olika perspektiv:

- Användarvänlighet & enkelhet
- Potentiellt kundunderlag & kundbehov
- Beroende till teknisk utveckling internt och till externa leverantörer

Utifrån ovanstående perspektiv tillsammans med våra möjligheter i nuvarande biljettsystem har vi kommit fram till att det bästa alternativet på kort sikt är **blippa på regionbuss med ett enhetspris 117 kronor eller 58 kronor.**

Varför inte Check-IN Check-OUT?

Vid analysen tittade vi även på Check-in / Check-out.

I det korta perspektivet avskrevs detta alternativ baserad på nedanstående argument.

Användarvänlighet & enkelhet

Vi har idag ingen möjlighet att erbjuda denna lösningen för tågresor vilket gör att kunder som vill kombinera våra olika trafikslag behöver betala för sina biljetter på olika sätt.

Potentiellt kundunderlag & kundbehov

Vi ser inte att den lösning vi kan erbjuda gör det enklare för våra kunder, istället skapas ett system som blir svårt att förstå.

Beroende till teknisk utveckling internt och till externa leverantörer.

För att möjliggöra denna lösning behöver investeringar göras i nya validatorer på 8,8 miljoner alternativt 20 miljoner beroende på teknisk lösning.

Utöver detta behövde även omfattande teknisk utveckling i vårt biljettsystem göras för att möjliggöra funktionaliteten.

För och nackdelar med de två alternativen

Blippa hela Skåne för 117 kronor

Fördelar

- Ingen risk för förlorade intäkter.
- Följer dagens prismodellen.

Nackdelar

- **Dyrt för kortare resor**, dyrt för majoriteten då de flesta resorna med Regionbuss är kortare resor (Liten, liten+ Stad och Mellanzon).
- **Otydligt mot kund**, olika regler beroende på vilket fordon du börjar din resa på.
- Stor ovisshet om lösningen är ett alternativ och löser problemet för målgruppen.
- Inget övergångspris från Stadsbuss till Regionbuss.
- Lösningen riktar sig till en smal målgrupp vilket kan skada varumärket och sänka NKI.

Blippa hela Skåne för 58 kronor

Fördelar

- Billigare för just den som blippar på regionbuss.

Nackdelar

- **Stor risker för förlorade intäkter**, kunden får billigare biljett med blippa.
- **Orättvis prissättning** jmf med andra kanaler.
- **Otydligt mot kund**, olika regler beroende på vilket fordon du börjar din resa på.
- **Följer inte prismodellen.**
- Stor ovisshet om lösningen är ett alternativ och löser problemet för målgruppen.
- Riskerar att tappa kunder som köper 30-dagarsbiljett.
- Inget övergångspris från Stadsbuss till Regionbuss.
- Lösningen riktar sig till en smal målgrupp vilket kan skada varumärket och sänka NKI.

Sammanfattning blippa

	Blippa hela Skåne för 117 kronor	Blippa hela Skåne för 58 kronor
Snabbt och enkelt	✓	✓
Rättvist pris	✗	✗
Tydligt, tryggt och säkert	✗	✗
Risk för intäktsstapp	Nej, ingen risk	Ja, stor risk
Investeringskostnad	420 000 kr	420 000 kr
Löpande kostnad (år)	2 040 000 kr	2 040 000 kr

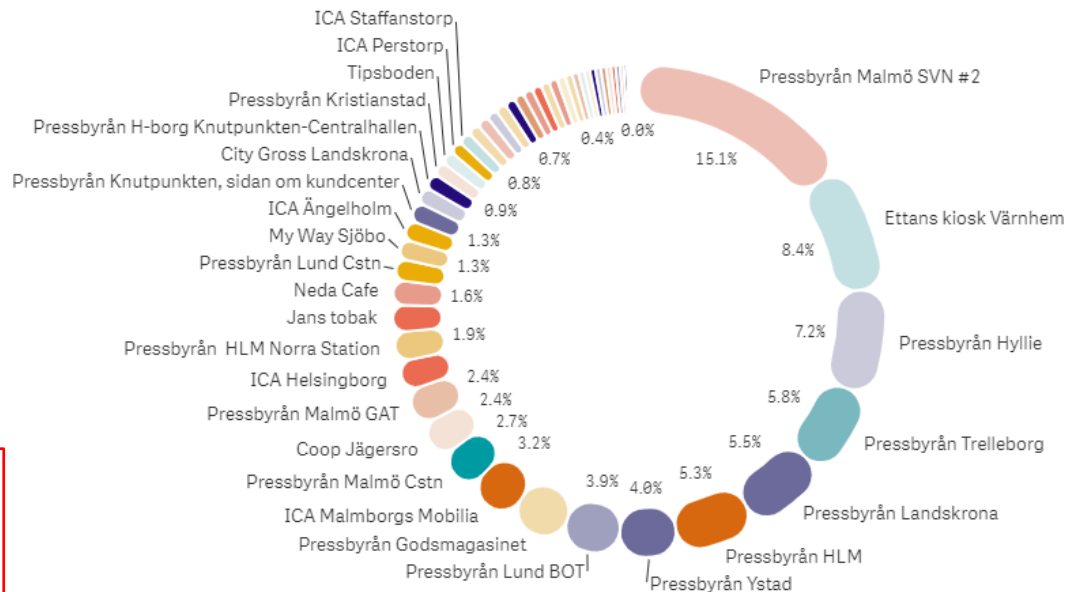
*Inget av
alternativen
uppfyller
förutsättningarna
för en
framgångsrik
blippa-lösning*

Ombud idag

- 60 stycken Ombud runt om i Skåne
- Ett Ombud minst i varje kommun
- 6 största ombuden står för 46% av den totala försäljningen 2023
- Utökning av ombud är möjligt om behov finns

Faktaruta

- Försäljning 2023: **90 miljoner**
- Antal sålda biljetter: **269 000 biljetter**
- Snitt försäljningsbelopp: **335 kronor**
- Produkter: **2/3 av försäljningen** pendlarprodukter



Status Quo

I perioden fram till 2026: Förvaltningen lägger merparten av sin digitala utveckling för att komma i fas med några för förvaltningen viktiga projekt. Det är viktigt för oss att kunna leverera kvalitativa tjänster och erbjudanden.

Under 2024 har vi vårt fokus på följande projekt:

- Leverans av projektet Sydtaxa 2.0
- Första leverans av serviceresors digitala stödsystem Pandora.
- Översyn av digitala verktyg för ekonomisk avstämning



Summering

- Nedläggningen av försäljning på regionbuss har gått bra och påverkar få kunder.
- Baserat på kundundersökningen så har endast 0,06% av våra kunder inte tillgång till dator, för dessa har vi en plan.
- Vi rekommenderar inte att införa blippa på regionbuss eftersom det inte finns förutsättningar för att det skall bli framgångsrikt.
- Förvaltningen behöver färdigställa pågående projekt innan nya större projekt påbörjas.
- Försäljningskanalstrategin fram till 2026 lägger fokus på att maximera värdet av befintligt biljettsystem.
- Förvaltningen fortsätter arbetet med strategin för hur Skånetrafiken vill möta kunderna och utveckla framtidens säljkanaler & erbjudande.

Vi bör framåt koncentrera oss på att skapa framtidens erbjudande genom att hitta nya sätt att underlätta betalning för resor för alla kunder, genom hela resan. Detta för att säkerställa en enhetlig och enkel upplevelse i både vårt erbjudande och system.

Tack



Skånetrafiken