

Försäljningskanalstrategi

2024-2026

Version 1.0

Hässleholm

Niklas Sandgren

Innehållsförteckning

Syfte och bakgrund.....	3
Uppföljning försäljning på regionbuss.....	4
Blippa på regionbuss	5
Tekniska förutsättningar	6
Lösningssidéer och kandidater för vidare analys.....	7
Genomförbara lösningar som analyserades	8
Analys och konsekvensbeskrivning	9
Strategi för övriga försäljningskanaler	11
Appen	11
Ombuds försäljning	12
Övriga fokusområden	12

Syfte och bakgrund

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 det varit 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 i appen 88,5%, vilket innebär att övriga försäljningskanaler endast står för en mindre andel av den totala försäljningen.

Under 2023 tog kollektivtrafiknämnden beslutet att upphöra med försäljning ombord 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 att upphöra med försäljning av biljetter på regionbuss genomförde förvaltningen en omfattande kampanj och kunderna informerades om förändringen. Förvaltningen deltog i flera dialogmöten med olika föreningar där information gavs om alternativa sätt att köpa biljetter. 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 upplevs enkelt eller vant samt att det känns tryggt och säkert. Hälften av de svarande kunderna skulle föredra att använda sig av appen, men 62 % skulle då behöva personlig hjälp, bättre information, eller användarinstruktioner för att kunna göra övergången. 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 att köpa biljett genom personlig service.

Sedan Skånetrafiken införde det nuvarande biljettsystemet har verksamheten befunnit sig i ett stadium av kontinuerlig utveckling. Nya funktioner, nya biljetter samt biljettsamarbeten med andra regioner har medfört en digital skuld som behöver hanteras.

Tre stora projekt upptar nu huvuddelen av tiden på Skånetrafikens utvecklingscenter:

- Sydtaxa 2.0 – Länsöverskridande resor och robust biljettsystem
- Projekt Pandora – Digitalisering av hanteringen av/bokning av serviceresor.
- Ekonomisk avstämning - Översyn av verktyg för avstämning och robusthet.

Ovanstående projekt behöver prioriteras för att skapa ett robust och modernt biljettsystem, med en stabil driftsmiljö, som även nyttjar synergier med appen till fullo. Förvaltningen gör därför bedömningen att de funktioner och försäljningskanaler som finns idag kan vidmakthållas på en funktionell nivå. Samtidigt förbereder Skånetrafiken för att 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

Dialogen kring hur kunderna skall kunna betala ombord på regionbuss har varit lång och svår. Förvaltningen har därför i flera omgångar undersökt möjligheterna att erbjuda kunder att köpa biljett ombord på regionbuss genom att blippa ett betalkort.

Blippa innebär att betalning av en resa sker genom att ett kontaktlöst betalkort hålls fram (blippas) mot en läsare i samband med ombordstigning. Debiteringen sker i efterhand från det betalkort kunden använt för att blippa. Detta betalsätt kräver minimal förberedelse för kunden.

Förutsättningen är att kunden har ett betalkort, vilket gör att en stor majoritet kan resa enkelt och spontant.

Prisberäkningsmetoder för Blippa-betalningar

När kunden blippar sitt kort kan prisberäkningen baseras på enhetspris eller avstånd.

1. Enhetspris tillämpas, och blipp sker endast vid ombordstigning.

Enhetspris innebär att resan har ett förutbestämt fast pris, oavsett reslängd. Enhetspriset kan vara en maxtaxa för en hel region, för stadstrafik inom en stad eller ett annat geografiskt område. Genom att tillämpa ett enhetspris behöver kunden endast blippa sitt betalkort vid ombordstigning. Prisberäkning kan ske utan vetskap om kundens slutdestination, detta då priset är detsamma oberoende av resans längd.

Exempel på var blippa vid ombordstigning med enhetspris fungerar idag:

- Stockholm/SL: Blippa och betala enhetspris för hela Stockholms län.
- Skånetrafiken: Blippa på gröna stadsbussar, betala enhetspris 31 kronor för en enkelresa inom stadszonen.

2. Avståndsbaserat pris tillämpas, och blipp sker både vid ombord- och avstigning.

Avståndsbaserat pris innebär att en resa kostar olika, beroende var kunden börjar och avslutar sin resa. Priset kan exempelvis baseras på ett visst antal kilometer eller genom ett visst antal fasta zoner. För att beräkna priset behöver vi veta var kunden påbörjar och avslutar sin resa. Därför kräver denna form för prisberäkning att kunden blippar betalkortet både vid på- och avstigning. Internationellt kallas detta sätt "Check-in/Check-out". Lösningen fungerar både där priset är avståndsbaserat och där fasta geografiska zoner genererar priset.

För att beräkna ett pris krävs ett enhetspris inom ett specifikt geografiskt område.

Prisberäkningsmetoden behöver vara tydligt och kunden behöver förstå att resans längd påverkar priset.

Båda sätten att prisberäkna ett ordinarie pris för en resa kan appliceras med prismodeller där ett mer fördelaktigt pris erbjuds om flera resor sker inom en viss tid. Om flera enkelresor sker under samma dygn kan kunden nå ett maxpris, istället för att betala ordinarie pris för varje enkelresa. Den typen av prisberäkningsmodell kallas för capping, och tillämpas när kunden blippar sitt betalkort i stadstrafiken i Skåne. Modellen innebär att kunden aldrig betalar mer än priset för två enkelresor under en tidsperiod på 24 timmar, oberoende av hur många enkelresor som görs under de 24

Rubrik Försäljningskanalstrategi 2024 - 2026	Författare Niklas Sandgren
---	-------------------------------

timmarna.

Enhetspris och Check-in/Check-out går att kombinera med olika typer av rabatter. Exempelvis en åldersrabatt eller annan mängdrabatt. Kunden behöver då registrera rabatten på betalkortet som används för blippbetalningar, exempelvis genom att logga in på Mitt konto.

En annan metod för att beräkna priset på resan är att kunden anger sin destination på en skärm eller annan hårdvara, innan kortet blippas. Var resan börjar sätts då utifrån den geografiska position där blippet, dvs köpet, sker och till den destination eller till den zon kunden anger som avstigningspunkt. Betalning och biljett knyts sedan till det betalkort som blippas. Nackdelen med en sådan lösning är att det påverkar ombordstigningstiderna då det tar längre tid för resenären att söka och välja destination jämfört med att bara blippa.

Skånetrafikens möjligheter med Blippa på regionbuss

I undersökningen inkluderades flera lösningsidéer, dessa analyserades utifrån följande perspektiv:

- Användarvänlighet och enkelhet för kund
- Potentiellt kundunderlag och behov
- Beroenden mot interna och externa resurser för att möjliggöra teknisk utveckling

Utgångspunkten för analysen var implementering inom relativt kort tid (12–18 månader). En strategi för framtida säljkanaler och erbjudande på längre sikt är under framtagning. Denna strategi omfattar samtliga säljkanaler och är inte begränsad till Blippa på regionbuss.

Tekniska förutsättningar

I utredningen gjordes en analys av biljettsystemets tekniska förutsättningar för att vidareutveckla Blippa, med leverans på relativt kort sikt. Biljettsystemets tekniska förutsättningar är viktiga faktorer kopplat till när lösningar kan levereras samt hur användarvänlig och attraktiv lösningen kan bli.

Våra förutsättningar:

- **Vidareutveckling av Blippa utan investering i nya validatorer.**
Stöd för både blippa vid ombordstigning (enhetspris) samt blippa vid på- och avstigning (Check-in/Check-out) kan utvecklas för befintliga validatorer (DV15 samt DV21S). Dock kräver Check-in/Check-out att det finns validatorer vid samtliga dörrar, vilket innebär en investering.
- **Övergång från regionbuss till stadsbuss vid enhetspris.**
Biljettsystemet kan vidareutvecklas och hantera övergångspris vid byte från regionbuss till stadsbuss. Det betyder att kunden som betalat genom att blippa sitt betalkort på regionbussen, och betalat för en resa motsvarande hela Skånes geografi inte betalar något extra vid bytet.
- **Capping på 24 timmar kan hanteras.**
En cappingmodell på 24 timmar (alternativt kalenderdygn) kan hanteras, men

kommer förlänga utvecklingstiden. Capping på 30 dagar skulle öka komplexiteten och förlänga utvecklingstiden betydligt.

Förutsättningar som saknas:

- **Interaktion med våra validatorer**

Vi har i dagsläget inget stöd för interaktion med eller knapptryckning på dagens validatorer, vilket begränsar erbjudandet till:

- Betalning endast för en person per betalkort.
- Varje resenär behöver ha ett eget betalkort.
- Ett enhetspris kan erbjudas.
- Val rabattkategori kan inte göras.
- Val av slutdestination, reslängd eller zon kan inte erbjudas.

- **Övergång och byte från stadsbuss till regionbuss.**

Kund som blippat sitt betalkort på stadsbuss och byter till regionbuss får inget avdrag på 31 kronor för stadsbussresan. Biljettsystemet kan utvecklas för att hantera prisberäkning för resor med byte mellan region och stadsbussar, men inte på kort sikt.

- **Blippa för tågresor**

Inget stöd för blippa finns eller kan utvecklas i biljettautomater, vilken är den hårdvara som finns på stationer.

- Förutsättningar och infrastruktur för Blippa på stationer saknas helt.
- Förtågresor utanför Skåne, till Danmark och grannlän, kan vi inte styra infrastrukturen och därmed har vi inte möjligheten att skapa enhetligt erbjudande för alla resor.

Lösningssidéer och kandidater för vidare analys

Baserat på ovanstående perspektiv och de tekniska förutsättningarna rationaliserades några av lösningssidéerna bort efter en första analys. Tre kandidater återstod och dessa gick vidare till en djupare analys.

Nedan är tre exempel på lösningssidéer som rationaliserades bort efter den första analysen:

- **Blippa vid ombordstigning, betala till ändhållplatsen**

Idén var att beräkna pris för kunden vid ombordstigning genom att slutdestination sätts till busslinjens ändhållplats. Idén kräver ingen interaktion med validatorn, utöver själva blippet. Anledning till att idén inte kvalificerade vidare var att priset i många lägen skulle variera kraftigt beroende på bussens riktning och linjens dragning, vilket blir orättvist, ologiskt samt svårt att kommunicera och förstå. Idén kräver ingen utökad kostnad för hårdvara, men en betydande mjukvaruutveckling.

- **Interaktion med validatorn för val av zonstorlek**

Lösningen innebär att kunden genom ett knapptryck i validatorn väljer zonstorlek och får ett pris för vald storlek enligt vår prismodell. Det är dock inte möjligt att sätta den geografiska

giltighet för zonen som kunden behöver för sin resa utan att ha information om både resans från- och sluthållplats samt eventuella byten. Även om till exempel en mellanzon anges, vet vi inte hur zonen ska placeras. En lösning där kunden själv anger zonstorlek lägger ett stort ansvar på kunden, som inte anses användarvänligt. Det kräver goda förkunskaper av kunden, som i förväg måste ha tagit reda på vilken zonstorlek eller zonkombination just den tänkta resan genererar. (Ex Liten zon- eller Mellanzon, eller Liten zon + stadzon). Det gör kunden i app eller på webb, där det även går att köpa biljett. Vi såg även en risk för att interaktion med validatorn stoppar upp ombordstigningsflödet, vilket medför risk för förseningar, minskad trafiksäkerhet och färre antal valideringar och betalningar på grund av ett tidkrävande köpflöde. Idén kräver inköp av nya validatorer till samtliga regionbussar, vilket även det bidrog till att idén inte kvalificerade att gå vidare.

- **Blippa flera gånger för val av zonstorlek**

Innebär att kunden blippar sitt betalkort flera gånger i de befintliga validatorerna på regionbuss för att utöka zongiltigheten. Vi har 5 olika reslängder/zoner och priser, vilka då skulle väljas genom att utföra 1–5 antal blipp vid ombordstigning:

- 1 blipp = liten zon
- 2 blipp = liten + stadzon
- 3 blipp = Mellanzon
- 4 blipp = Mellanzon + stadzon
- 5 blipp = Hela Skåne/Stor zon

Utöver detta så har vi även olika storlekar på liten zon beroende på var i Skåne man reser.

Idén är inte genomförbar varken ur ett kund- eller teknikperspektiv. I likhet med idén ovan skulle förslaget lägga stort ansvar på kunden. Förutom att det kräver förkunskaper kring zonmodellen och vilken zon resan genererar, så ser vi en stor risk för handhavandefel. Det finns inte möjlighet att sätta en korrekt geografisk giltighet för zonen, då vi inte vet resans slutdestination och således inte hur zonen ska placeras. Det finns även i detta förslag en stor risk för stopp i ombordstigningsflödet, för förseningar i trafiken, färre valideringar samt en säkerhetsrisk om kunder står upp när regionbussen kör. Idén är inte teknisk genomförbar, då den skulle kräva utveckling av en helt ny blippatjänst. Ingen liknande lösning finns i omvärlden. Det är även högst osäkert om lösningen tillåts av Visa och Mastercard, då varje blipp genererar ett uppslag mot deras databaser för verifikation.

Genomförbara lösningar som analyserades

Efter genomförd analys av lösningar för införande av blippa på regionbuss kvarstod tre lösningsförslag, vilka det genomförts en djupare analys och konsekvensbeskrivning av.

- **Alternativ 1: Blippa på regionbuss till enhetspris 117 kronor**
 - Blippa betalkortet vid ombordstigning, betala samma maxtaxa för Hela Skåne som idag.
- **Alternativ 2: Blippa på regionbuss till enhetspris 58 kronor**

Rubrik Försäljningskanalstrategi 2024 - 2026	Författare Niklas Sandgren
---	-------------------------------

- Blippa betalkortet vid ombordstigning, betala nytt pris för hela Skåne som tillämpas endast vid blippa på regionbuss.
- **Alternativ 3: Blippa på regionbuss genom att checka in och checka ut**
 - Blippa betalkortet vid på och avstigning på regionbuss, för att betala den exakta kostnaden för bussresan enligt dagens prismodell.

Efter djupare analys av de tre olika alternativen är slutsatsen att det under rådande omständigheter endast är möjligt att implementera en lösning som innebär enhetspris. Det innebär att de två alternativ som kvarstår som kandidater är alternativ 1 och 2.

Utredning och analys visar att alternativ 3, en så kallad Check-in/Check-out-lösning, inte är realiserbar på kort sikt. Skånetrafiken skulle behöva göra omfattande investeringar i valideringsutrustning för att kunna möjliggöra en sådan lösning. Denna investering skulle även behöva skrivas av på kort tid då samtliga validatorer potentiellt kommer behöva bytas ut inom 5 år. Lösningen kräver även en större mjukvaruutveckling samt omfattande planering för implementation. Utredning och analys för alternativ 3 redogörs djupare i bilaga 4 "Utredning av Check-in - Check-out".

I Skånetrafikens befintliga system behöver resenärer endast validera sin biljett vid påstigning, medan Check-in/Check-out kräver att de även checkar ut vid avstigning. Detta innebär en betydande förändring i resebeteendet, då kunderna måste komma ihåg att aktivt avsluta sin resa genom att checka ut, något som de inte är vana vid.

Denna omställning kräver omfattande insatser på flera fronter för att lyckas. Det krävs tid och resurser för att informera och utbilda resenärerna om det nya systemet och dess betydelse. Förutom att utbilda kunderna behövs också ett robust tekniskt stöd för att hantera de situationer där resenärer glömmet att checka ut. Detta kan innebära utveckling av funktioner som automatiskt checkar ut resenärer efter en viss tid, eller som påminner dem via appen.

Analys och konsekvensbeskrivning

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

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

Båda alternativen innebär att kunden blippar sitt betalkort vid ombordstigning på bussen. Det innebär att befintliga validatorer kan användas och att ingen investering i hårdvara behövs på kort sikt. Eftersom kundens slutdestination är okänd vid ombordstigning krävs ett enhetspris för en enkelbiljett med geografisk giltighet i hela Skåne.

Utifrån dagens förutsättningar är båda alternativen begränsade till att endast gälla betalning för en vuxen. Inga rabatter eller betalning för flera personer kan erbjudas. Tekniska begränsningar medför även 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 alternativt 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. Det kommer även bli en otydlighet och en orättvisa i vårt erbjudande till kund, då priset skiljer oerhört beroende på om

Rubrik Försäljningskanalstrategi 2024 - 2026	Författare Niklas Sandgren
---	-------------------------------

kunden har möjlighet att påbörja resan och göra betalningen på regionbuss eller inte. Exempelvis kommer samma resa med geografisk giltighet (hela Skåne) i biljettautomat eller app kosta det dubbla.

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 tydligt mot kunderna eftersom priset kan komma att variera beroende på i vilket fordon man påbörjar sin resa. För kunder som tidigare köpt och sin biljett ombord av föraren av den anledningen att de önskar personlig service är blippa inget bra alternativ, då det är en självservice där kunden varken får bekräftelse på köp, kostnad eller giltighet i geografi och tid, vilket exempelvis erbjuds vid köp av en pappersbiljett eller i appen. Bedömningen är att lösningen inte är ett bra alternativ för målgruppen som tidigare köpt sin biljett ombord på regionbuss. Utifrån ovan bedöms införande av Blippa på regionbuss bedöms ha en negativ påverkan på NKI.

Förvaltningens rekommendation

Med tanke på beskrivna förutsättningar och förväntade konsekvenser föreslår förvaltningen att avvakta med införandet av Blippa, eftersom sannolikheten är stor att en blippa-funktion på regionbuss upplevs som negativ. På sikt ser förvaltningen blippa som en del av en lösning för hela biljett- och försäljningssystemet, men i dagsläget skulle funktionen tillföra fler problem än lösningar ur ett kundperspektiv.

Förvaltningens strategi är att fortsätta utforska olika betallosningar som genererar möjligheter för ett enkelt och spontant resande, för en större målgrupp än det fåtal som tidigare köpt biljett ombord på regionbuss. I stället för en kortsiktig och tillfällig lösning, som inte är tillräckligt bra för våra kunder, vill förvaltningen fortsätta arbetet med att ta fram och implementera en hållbar och långsiktig lösning som möter samtliga resenärer. Förvaltningen kommer framöver vilja testa lösningar både ur ett tekniskt perspektiv och ur ett användar- och kundperspektiv. På så vis säkrar vi att det vi levererar ingår i en helhet som gör det enkelt och attraktivt för kunden. Förvaltningen kommer fram till årsskiftet 2024/2025 jobba med en strategi för hur försäljningskanaler och erbjudande bör se ut under perioden 2026-2030.

Strategi för övriga försäljningskanaler

Detta dokument har lagt sitt fokus på att djupare beskriva förvaltningens tankar om blippa på regionbuss. Nedan kommer en summering av strategin för övriga försäljningskanaler.

Appen

Appen är idag Skånetrafiken huvudkanal för biljettförsäljning och målet är att nio av tio kunder ska köpa sin biljett via denna kanal. Andelen som köper sin biljett i appen ökar stadigt och ligger idag på 86 %, vilket är en uppgång på 1 % jämfört med föregående år.

I närstående tid finns det ett antal funktioner i appen som behöver färdigställas. Det gäller framför allt Sydtaxa 2.0, men det handlar även om funktioner kopplat till driftsäkerhet och ekonomisk redovisning.

Framtida utveckling av appen fokuserar på att förbättra användarupplevelsen med en intuitiv och användarvänlig design. Genom att vidareutveckla funktioner kan appen bli ännu mer värdefull för resenärer, vilket gör kollektivtrafiken i Skåne mer attraktiv, effektiv och hållbar. Tekniska framsteg studeras kontinuerligt med målet att hålla appen uppdaterad utifrån den teknik som finns tillgänglig. Ett exempel är användning av AI, som kan användas för att kunna skapa en ännu bättre reseupplevelse för kunden.

Appen uppdateras regelbundet med nya funktioner och förbättringar baserade på användarfeedback. Eftersom feedback från kunden är det mest effektiva sättet att styra och prioritera utvecklingen sker det idag en tät dialog med användarna för att löpande vara uppdaterad på de behov som finns. Skånetrafiken har idag en rad olika verktyg som används för att kommunicera med användarna och fånga upp synpunkter.

Exempel på framtida utveckling i appen

- Utökade betalningsalternativ samt fler och bättre tjänster: Att erbjuda kunden utökade betalningsalternativ är en viktig del i appens utveckling. I appen ska det finnas stöd för flera och efterfrågade digitala betalningslösningar samt tjänster för köp och hantering av biljetter, anpassade efter användarens resvanor och behov.
- Datasäkerhet och integritetsskydd: För skydda användarna är säkerhet och integritet alltid i fokus och utvecklingen inom området bevakas noga i syfte att ligga i framkant när det gäller att skapa en trygg och säker upplevelse.
- Förbättrad resenärsinformation: Ett omfattande projekt för resenärsinformation har påbörjats, där appen är en viktig kanal för att leverera korrekt information i rätt tid till rätt mottagare.
- Förbättrat resesök: Förbättrade möjligheter att planera och söka resor är en del av arbetet med att skapa en intuitiv användarupplevelse.

Ombuds försäljning

Förvaltningen erbjuder försäljning av biljetter via 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 rekommenderar att strategin för ombuds försäljningen utökas från målsättningen att ha ett ombud per kommun till att erbjuda möjlighet för samhällen med mer än 4 000 invånare att ha ett ombud. Detta under förutsättning att det finns en motpart som kan axla ansvaret att företräda Skånetrafiken som ombud.

Förvaltningen tittar även på möjligheter att distribuera biljetter via en Nationell åtkomstpunkt samt distribution av validerbara SMS biljetter.

Övriga kanaler

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 riks nivå gällande en nationell åtkomstpunkt för digitala återförsäljare, ett arbete som drivs genom Samtrafiken.

Genom den nationella åtkomstpunkten ser förvaltningen möjligheter att utöka antalet fysiska försäljningsställen av kollektivtrafiken, utan behov av försäljningsutrustning från Skånetrafiken. Detta kan bli möjligt då butiker med samma kassasystem ansluts via en integration mot den nationella åtkomstpunkten och hantering av biljetter sker via butikernas egna kassasystem. Detta är bara ett exempel där den nationella åtkomstpunkten skulle kunna användas, några andra är tex hotell, färjor, förmånsportaler, andra mobilitetstjänster m.m.

Övriga fokusområden

Skånetrafikens huvudsakliga mål är att öka antalet resenärer som väljer kollektivtrafik. Målet är att nå en marknadsandel på 40 % till år 2030 och en kundnöjdhet på 8 av 10 före år 2025, vilket kommer att bygga en stark och lojal kundbas. För att uppnå dessa mål fortsätter förvaltningen att koncentrera sig på följande områden:

- Ökad försäljning och nya kunder
- Enkelhet och tillgänglighet
- Kostnadseffektivitet
- Marknadsbevakning
- Lojalisering och ökad andel nöjda kunder