

Aarhus, 19. oktober 2017

**Bilagssamling til Åben dagsorden
for møde i Bestyrelsen for Midttrafik
den 3. november 2017 kl. 09.30
Søren Højmarks Vej 3
8270 Højbjerg**

Udnyttelse af takststigningsloftet i Midttrafik

For Midttrafik

Udarbejdet af Thomas Odgaard

2. oktober 2017

1 Sammenfatning

Midttrafik har bedt Incentive om at vurdere tre scenarier for at udnytte takststigningsloftet på 1,4% i 2018:

- Scenarie 1. Højere priser for klippekort og rejsekort for rejser på 3 zoner og derover sammenlignet med forslag for Takst Vest.
- Scenarie 2. Højere priser for klippekort og rejsekort for rejser til og med 5 zoner sammenlignet med forslag for Takst Vest.
- Scenarie 3. Lavere priser for klippekort og højere priser for rejsekort sammenlignet med forslag for Takst Vest.

Nedenfor har vi beskrevet de tre scenarier og konsekvenserne af at indføre dem.

Beregningsforudsætningerne er beskrevet i bilag A.

1.1 Scenarie 1. Højere priser for klippekort og rejsekort for rejser på 3 zoner og derover

I scenarie 1 bruger Midttrafik takststigningsloftet til at hæve priserne på klippekort og rejsekort med 2-3 kr. for rejser på 3 zoner og derover sammenlignet med Takst Vest-prisen, som gengivet i tabel 1. Prisen på rejser på 1-2 zoner fastholdes på 17 kr. som i forslaget for Takst Vest.

I tråd med de hidtidige forudsætninger for Takst Vest koster klippekort det samme som første rejse på rejsekort (uden off-peak-rabat).

Tabel 1

Prisændringer for rejsekort og klippekort for scenarie 1 (kr. pr. rejse)

Zoner	Forslag Takst Vest	Forslag til justeret pris	Prisændring	Pris rejsekort i dag	Pris klippekort i dag
1	17	17	0	18	14
2	17	17	0	18	14
3	24	27	+3	27	20
4	30	33	+3	35	26
5	37	40	+3	44	32
6	44	47	+3	54	38
7	51	54	+3	63	44
8	57	59	+2	71	50
9	63	65	+2	79	56
10	69	71	+2	88	62
11	75	77	+2	97	68
12	85	87	+2	106	74

1.2 Scenarie 2. Højere priser for klippekort og rejsekort for rejser til og med 5 zoner

I scenarie 2 bruger Midttrafik takststigningsloftet til at hæve priserne med 1 kr. for rejser til og med 5 zoner på klippekort og rejsekort sammenlignet med Takst Vest-prisen, som gengivet i tabel 2.

I tråd med de hidtidige forudsætninger for Takst Vest koster klippekort det samme som første rejse på rejsekort (uden off-peak-rabat).

Tabel 2 Priscændringer for rejsekort og klippekort for scenarie 2 (kr. pr. rejse)

Zoner	Forslag Takst Vest	Forslag til justeret pris	Prisændring	Pris rejsekort i dag	Pris klippekort i dag
1	17	18	+1	18	14
2	17	18	+1	18	14
3	24	25	+1	27	20
4	30	31	+1	35	26
5	37	38	+1	44	32
6	44	44	0	54	38
7	51	51	0	63	44
8	57	57	0	71	50
9	63	63	0	79	56
10	69	69	0	88	62
11	75	75	0	97	68
12	85	85	0	106	74

1.3 Scenarie 3. Lavere priser for klippekort og højere priser for rejsekort

I scenarie 3 ændres flere ting, som samlet sikrer, at takststigningsloftet udnyttes:

1. Takst Vest-prisen for klippekort nedjusteres som gengivet i tabel 3, så priserne i højere grad minder om dagens priser.
2. Prisen på rejsekort hæves sammenlignet med Takst Vest-prisen, som gengivet i tabel 4.

Med disse to ændringer gør man op med den hidtidige forudsætning i Takst Vest om, at klippekort koster det samme som første rejse på rejsekort (uden off-peak-rabat).

Tabel 3 **Prisændringer for klippekort i scenarie 3 (kr. pr. rejse)**

Zoner	Forslag Takst Vest	Forslag til justeret pris	Prisændring	Pris i dag
1	17	15	-2	14
2	17	15	-2	14
3	24	22	-2	20
4	30	28	-2	26
5	37	34	-3	32
6	44	40	-4	38
7	51	46	-5	44
8	57	52	-5	50
9	63	58	-5	56
10	69	64	-5	62
11	75	70	-5	68
12	85	76	-9	74

Tabel 4 **Prisændringer for rejsekort i scenarie 3 (kr. pr. rejse)**

Zoner	Forslag Takst Vest	Forslag til justeret pris	Prisændring	Pris i dag
1	17	19	+2	18
2	17	19	+2	18
3	24	26	+2	27
4	30	32	+2	35
5	37	39	+2	44
6	44	46	+2	54
7	51	53	+2	63
8	57	59	+2	71
9	63	65	+2	79
10	69	71	+2	88
11	75	77	+2	97
12	85	87	+2	106

1.4 Kundekonsekvenser af scenarie 1, 2 og 3

I tabel 5 har vi sammenlignet kundekonsekvenserne for det oprindelige forslag for Takst Vest, hvor man ikke har udnyttet takststigningsloftet for 2018, med en situation, hvor man implementerer Takst Vest plus henholdsvis scenarie 1, 2 og 3.

I scenarie 1 og 2 er kundekonsekvenserne næsten det samme som med Takst Vest, når man anvender de samme prisintervaller som ved afrapporteringen af Takst Vest.

I scenarie 3 oplever færre kunder prisændringer sammenlignet med det oprindelige forslag for Takst Vest. Det skyldes, at prisen på både rejsekort og klippekort i scenarie 3 ligger tættere på dagens priser.

Tabel 5

Kundekonsekvenser, absolutte ændringer i kr. pr. tur, andel af rejser pr. selskab

	Takst Vest (uden udnyttelse af takststigningsloft)	Takst Vest + scenarie 1	Takst Vest + scenarie 2	Takst Vest + scenarie 3
Prisfald, > -40 kr.	0%	0%	0%	0%
Prisfald, -20 til -40 kr.	0%	0%	0%	0%
Prisfald, -10 til -20 kr.	1%	0%	1%	0%
Prisfald, -5 til -10 kr.	3%	2%	3%	1%
Prisfald, -2 til -5 kr.	10%	9%	10%	6%
Uændret (-2 til 2 kr.)	78%	80%	78%	85%
Prisstigning, 2 til 5 kr.	8%	7%	8%	7%
Prisstigning, 5 til 10 kr.	1%	2%	1%	0%
Prisstigning, 10 til 20 kr.	0%	0%	0%	0%
Prisstigning, 20 til 40 kr.	0%	0%	0%	0%
Prisstigning, > 40 kr.	0%	0%	0%	0%
I alt	100%	100%	100%	100%

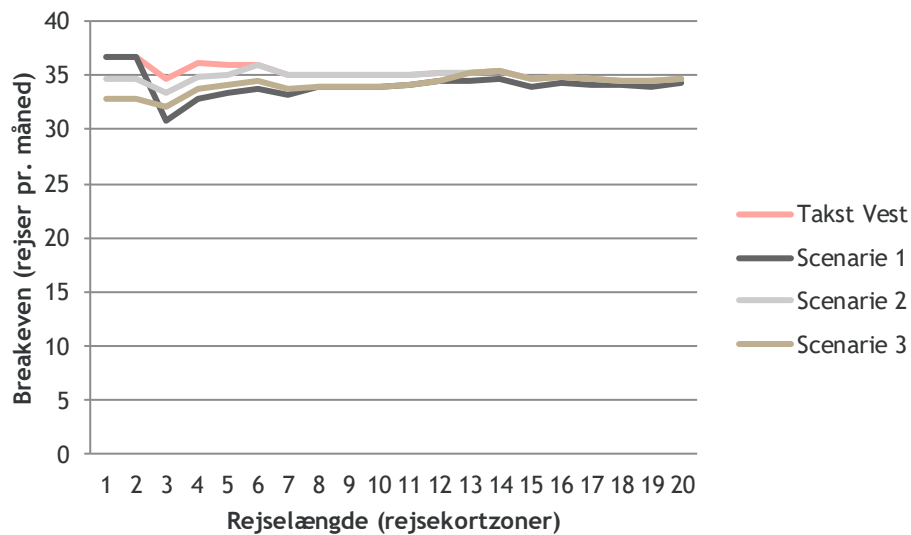
1.5 Breakeven

I figur 1 har vi vist, hvordan det såkaldte breakeven-forhold mellem rejsekort og pendlerkort ændrer sig i scenarie 1, 2 og 3 sammenlignet med Takst Vest.

Da prisen for rejsekort i scenarie 1, 2 og 3 holdes uændret eller øges samtidig med, at prisen for pendlerkort fastholdes, fastholdes eller falder prisforholdet.

Breakeven-forholdet udtrykker, hvor mange gange man skal rejse pr. måned, for at pendlerkort er billigst.

Figur 1 Breakeven = Antal rejser pr. måned, for at pendlerkort er billigere end rejsekort



Note: For busrejser. Ekskl. off-peak-rabat. Efter aftale med Trafik-, Bygge- og Boligstyrelsen er breakeven forsimplet beregnet som: pendlerkortpris/(rejsekortpris*(1-maksimal mængderabat på rejsekort)).

2 Bilag A. Beregningsforudsætninger

Beregningerne, der ligger til grund for Midttrafiks forslag til at udnytte takststigningsloftet, er gennemført med den beregningsmodel, der er udviklet til Takst Vest.

Nedenfor har vi kort beskrevet, hvordan vi har lavet beregningerne. I gennemgangen refererer vi til sidetal i Incentives baggrundsrapport for Takst Vest fra 9. juni 2017.

I modellen udgør Midttrafiks samlede omsætning 847,5 mio. kr. (side 32, afrundet). Hertil kommer en stigning på 5,2 mio. kr. som følge af Takst Vest (side 32). Med Takst Vest udgør Midttrafiks beregnede omsætning således 852,7 mio. kr.

Dvs. at en gennemsnitlig prisstigning på 1,4% svarer til en stigning i provenuet på ca. 11,9 mio. kr., når man ikke regner med priselasticiteter. Ved udarbejdelse af takstforslaget for scenarie 1, 2 og 3 har vi forsøgt at ramme dette mål bedst muligt. De beregnede provenueffekter af scenarie 1, 2 og 3 fremgår af tabel 6.

Tabel 6 **Prisændringer for rejsekort (mio. kr. pr. år)**

Zoner	Samlet omsætning	Ændring	%-vis prisændring
Samlet provenu med Takst Vest	852,7	-	-
Takst Vest + scenarie 1	864,5	+11,8	1,38%
Takst Vest + scenarie 2	864,6	+11,9	1,40%
Takst Vest + scenarie 3	864,5	+11,8	1,38%

Note: Effekt af udnyttelse af takststigningsloftet er uden indregning af prisfølsomhed. Effekt af Takst Vest er inkl. indregning af prisfølsomhed.

Beregningsmodellen for Takst Vest er baseret på de rejsetal for 2016, som Midttrafik har indmeldt. I beregningsmodellen korrigerer vi for den forventede udvikling fra 2016 til 2017 og indregner en overflytning mellem produkter som følge af de prisændringer (side 77-). I de beregninger, der præsenteres i dette notat, har vi ikke ændret forudsætningerne om overflytning mellem produkter.

OPRÅB

Vi skriver os til jer i Midttrafik, idet vi er bekymret for vores chauffør, da vi får en masse henvendelser fra vores medlemmer i Midttrafik's område angående velfærdsfaciliteter for dem og diverse påbud fra deres vognmænd.

Noget må gøres!!!!

Et svar fra Midttrafik med henvisning til, arbejdsgiver – lønmodtagerforholdet

" Dette er ikke vores bord", det kan og vil vi ikke acceptere. Vi kan ikke bruge det til noget som helst, det er stadig chaufførerne der betaler "prisen" for at forholdene ikke er i orden.

I forvejen er branchen plaget af chaufførmangel og en behandling af chaufførerne, som hører sig til i et andet årtusinde – og ja det afhjælper så sandelig ikke manglen på chauffør.

Såfremt Midttrafik ikke kan tage vores bekymringsbrev alvorligt, er man mere end velkommen til at henvende sig til os fra 3F i Midttrafik's område, og så kan vi eventuelt aftale, at Midttrafik kommer med på en tur og se ved selvsyn.

Et eksempel herpå er at man i Ringkøbing møder ind på et matrikelnummer og altså er nødsaget til at besørge i bussen, alternativt i skov og krat.

DETTE ER IKKE I ORDEN!!

Et andet eksempel er faciliteterne på rutebilstationen i Skanderborg. Her henvises der til de offentlige toiletter, dog med et aflukket for chaufførerne. Men det er ganske utidssvarende toiletter, uden varme på herretoiletet blandt andet, så det er lige til at få en urinvejsinfektion. Som man også kan pådrage sig ved at skulle holde sig for længe. Dørene er tit også sparket op.

Ja vi kunne blive ved med eksempler. Noget må gøres og vi opfordrer Midttrafik til at få sat det på dagsordenen og få holdt kontrol med det de selv skriver i deres udbud, hvordan forholdene skal være for chauffører ude på ruter og mødesteder.

Derfor kommer vi med dette nødråb, - vores chauffør vil ikke mere, - vores tålmodighed er løbet tør, - kort sagt:

Så vil vi ikke finde os i det svineri og i den behandling af vores medlemmer, som hver evig eneste dag kører landevejene tynde i borgernes tjeneste.

På vegne af 3F netværket indenfor Midttrafik og kontaktudvalget til Midttrafik

Til busselskabet

Søren Nymarks Vej 3
8270 Højbjerg

Telefon 87 40 82 00
Telefax 87 40 82 01

www.midttrafik.dk

Vedr. benyttelse af chaufførlokaler i Herning, Skjern og Holstebro

Kære busselskab

Som orienteret om i brev af 14. april har Midttrafik opsagt en række aftaler om drift af rutebilstationer, herunder også chaufførfaciliteter. Opsigelserne havde virkning fra 30. juni 2014.

Da der fra busselskabernes blev udtrykt ønske om, at Midttrafik også efter 30. juni 2014 involverer sig i tilvejebringelsen af fælles chaufførfaciliteter på større stationer, har Midttrafik arbejdet hen mod dette.

Midttrafik har på den baggrund indgået aftaler med udlejere af chaufførfaciliteter på Herning, Skjern og Holstebro rutebilstationer.

Midttrafik forestår indgåelse og administration af lejeaftaler af chaufførfaciliteter, hvorefter udgifterne viderefaktureres til busselskaberne.

I forbindelse med indgåelse af nye, reviderede A-kontrakter, vil busselskaberne blive kontraktuelt forpligtet til at finansiere chaufførfaciliteterne.

Udgifterne til leje, rengøring, forsikring, forbrug med mere fordeles mellem de involverede busselskaber i forhold til det enkelte busselskabs antal af afgang fra den pågældende station. Udgiftsfordelingen justeres årligt ved køreplansskiftet.

Vedlagt findes opgørelse over udgifter i forbindelse med chaufførfaciliteter på rutebilstationer

Venlig hilsen

Midttrafik / Thomas Dalgaard Mikkelsen

Dato

1. september 2014

Journalnummer

XXXX

Kontaktperson

Thomas Dalgaard Mikkelsen

Mail

tdm@midttrafik.dk

Direkte telefon

87 40 83 64

	Skjern	Herning	Holstebro	I alt
Thykjær A/S	kr. 42.867,95	kr. 85.553,70	kr. 8.643,19	kr. 137.064,83
Herning Bilen	kr. 18.706,02			kr. 18.706,02
Herning Turist	kr. 85.299,43	kr. 111.379,25		kr. 196.678,69
Mørups Turistfart		kr. 1.056,02		kr. 1.056,02
Arriva		kr. 14.773,89	kr. -	kr. 14.773,89
Tinggard Express		kr. 9.112,14		kr. 9.112,14
Lemvig Turist	kr. 24.941,35			kr. 24.941,35
Silkebus	kr. 34.185,24		kr. 20.640,04	kr. 54.825,28
Skave Turistfart			kr. 48.559,98	kr. 48.559,98
Holstebro Turistbusser			kr. 38.053,65	kr. 38.053,65
Keolis			kr. 5.353,14	kr. 5.353,14
I alt	kr. 206.000,00	kr. 221.875,00	kr. 121.250,00	

Bemærk, at der i løbet af 2014 vil ske en ændring beregning for udgiftsfordeling i Holstebro, når Arriva påbegynder brugen af chaufførfaciliteterne.

Dato	Journalnr	Sagsbehandler	e-mail	Telefon
13. september 2017	1-31-75-308-8-07	Helle Berg Johansen	hjo@midttrafik.dk	8740 8234

**Afsluttende rapportering over driftsforstyrrelser m.v.
i kontrakten om ruter i Lemvig Kommune**

Indeværende notat orienterer afsluttende om afrapportering af indmeldte driftsforstyrrelser i kontrakten om ruter i Lemvig Kommune

Afrapportering:

Midttrafik og Lemvig Kommune har på dialogmøde den 24. april 2017 aftalt, at der i en periode på 4 måneder føres en tæt administration af kontrakten med 0 tolerance for kvalitetsbrist. Der har været afgivet afrapporteringer i perioden for henholdsvis april/maj og maj/juni. Afrapporteringerne har indeholdt en fortegnelse over kvalitetsbrister og eventuel pålagt bod. Afrapporteringerne har vist en positiv udvikling med nedgang i antal driftsforstyrrelser og kvalitetsbrister med bod.

Der er en høj grad af rettidighed, og busselskabet har i perioden forbedret sin egen indmelding af eventuelle forsinkelser. Indrapportering af driftsforstyrrelser forventes at være et kontinuerligt opmærksomhedspunkt i kontraktperioden, hvor tæt kommunikation mellem busselskabet og kommunens administration opretholdes, både i forhold til den daglige drift og ved problemstillinger af mere generel karakter.

Forud for køreplanstart ved skoleåret 2017/2018 har Midttrafik, Lemvig Kommune og Brande Buslinjer afholdt møde den 11. august 2017 og afstemt forventninger til samarbejdet omkring kørslen. Her blev drøftet køreplaner, ændringer af disse og hensigtsmæssige ruteføringer, samt kommunikationsveje og generelle regler for kørslens udførelse. Der er forventning om, at daglige udfordringer i driften kan løses ved kommunikation mellem busselskabet og kommunen, uden Midttrafiks mellemkomst. Det blev endvidere drøftet, at der i en opstartsfasen på 14 dage af det nye skoleår foretages en tættere dialog, således der kan gøres tilpasninger i kørslen afhængig af erfaringerne på ruterne.

Der er leveret chaufførfaciliteter i henhold til kontrakten hos busselskabets plads på ejendommen Nørrelundvej 11, Lemvig, hvor chaufførerne har adgang til eksisterende opholdsrum og toiletforhold. Busselskabet har opstillet supplerende chaufførfaciliteter, hvilket der efter det oplyste i øjeblikket arbejdes på en kommunal tilladelse til. Det er vurderet, at den til Midttrafik fremsendte dokumentation og oplysninger om faciliteterne i eksisterende opholdsrum og toiletforhold opfylder kravene i kontraktens bilag 4 til levering af chaufførfaciliteter. Eventuelle supplerede faciliteter er således kontaktopfyldelsen uvedkommende.

Der er i kontrakten krav om, at busserne skal være rengjorte og velvedligeholdte, samt hovedrengøres mindst en gang årligt. Der er efter det oplyste en igangværende dialog om vaskefaciliteter på ejendommen Nørrelundvej 11, Lemvig. Hertil skal bemærkes, at der ikke i kontrakten er krav om fast vaskeplads eller et fast interval med hvilket busserne skal vaskes.

Der er ingen udestående kvalitetsbrister på busmateriellet efter seneste kvalitetskontrol i juni. Det er forventningen, at der herefter udføres kvalitetskontrol af busmateriellet i samme modus som i øvrige kontrakter med samme kørselsomfang.

Det er på baggrund af ovenstående Midttrafiks vurdering, at den tætte administration og opfølgning på kontrakten har afdækket en driftssikker leverance af kørsel med høj rettidighed. Det er Midttrafiks forventning, at dette fortsætter i kontraktperioden, og at parterne fastholder en tillidsfuld dialog med henblik på at løse eventuelle udfordringer.

Midttrafik foretager herefter sædvanlig kontraktopfølgning om ruterne i Lemvig Kommune.

Bilag:

Samlet opgørelse over driftsforstyrrelser i perioden.

Opfølgelse til afrapportering over driftsforstyrrelser og opkrævet bod vedr. 48. udbud Lemvig - Brande Buslinier

Dato	Beskrivelse af driftsforstyrrelse	Rute	Tur	Aktion, f.eks. høring	Evt. høringsvar	Først indrapporteret af Brande Buslinier	Bod	Bods-bestemmelse	Bemærkninger	
03-04-17	Udgået tur		484	1301	28-04-2017	28-04-2017	nej	kr. 1.500	1 + 23	Chaufføren ikke mødt. Ingen orientering til skole eller Lemvig Kommune
03-04-17	Udgået tur		484	1302	28-04-2017	28-04-2017	nej	kr. 1.500	1 + 23	Chaufføren ikke mødt. Ingen orientering til skole eller Lemvig Kommune
19-04-17	Materiel svigt		487	1308	24-04-2017	24-04-2017	nej	kr. 1.500	1 + 23	Problemer med, at bussen ikke ville starte. Sendte en anden bus og chauffør ud på tur 1308. Forsinket.
19-04-17	Udgået tur		489	103			Ja	kr. 500	1	Teknisk problem, nedbrud
19-04-17	Udgået tur		491	112			nej	kr. 1.500	1 + 23	Nedbrud
24-04-17	Del af tur udgået		483		24-04-2017	24-04-2017	nej	kr. 1.500	1 + 23	Lemvig har spurgt hvor længe det har pågået. Sløjfen kørt for at hente børn som har været flyttet siden 1. marts. Brande Buslinier oplyser, at kørsel er stoppet pr. 1 april.2017. Der modregnes for minutter for april, da kørslen ikke er udført, jfr. 15.8. Der er lavet ny køreplan fra 1. maj.
27-04-17	Udgået tur		484	1201	27-04-2017	27-04-2017	nej	kr. 1.500	1 + 23	Tur 14.10 fra Ramme skole. Brande Buslinier havde ikke orienteret hverken skole eller Lemvig Kommune. Angiveligt 3. udgåede tur indenfor en måned.
28-04-17	Forsinkelse		481				Ja	kr. 500	1	Tur 6.20 fra Tangsø, meldt ind af Brande Buslinier, kl. 8.19
28-04-17	Særaftale med kunder		485		02-05-2017	03-05-2017	nej			Normal chauffør kørte uden for afløst rute for at afsætte børn ved hjem. Ny chauffør kørte efter rute. Børn blev ikke sat af.
04-05-17	Forbikørsel		484	1101	04-05-2017	04-05-2017	nej	kr. 1.000	5	Bussen kørte forbi, selvom andre passagerer informerede chaufføren. Han/hun bremsede lidt ned, men fortsatte så.
02-05-17	3 beskåede busser + hul i sæde	480 m.fl.			05-05-2017		nej			Der er den 5. maj sendt en meddelelse til Brande Buslinier om at få ordnet problemet. Næste gang udløser det bod.
08-05-17	Udgået tur		480	107			Ja	kr. 500	1	Ramme kl. 15:45 til Møborg kl. 16:12 udgået pga busnedbrud.
08-05-17	Udgået tur		480	110			Ja	kr. 500	1	Møborg kl. 16:12 til Bøvling brugs kl. 16:30 udgået pga busnedbrud
08-05-17	Bekymringsbrev fra Ramme Skole	484-486					nej			Kommunen har modtaget et brev fra skolebestyrelsen på Ramme skole, hvor skolen beder om at der skabes stabil drift af skolebusserne. Kommunen vil høre Brande Buslinier over henvendelsen og svare skolen om tiltag og løbende kontrol.
09-05-17	15 min forsinkelse		480	104			Ja			Afg. kl. 13:00 Bøvling brugs er kørt med 15 min. forsinkelse pga busnedbrud. Ingen bod, da under 20 minutters forsinkelse og meldt ind af selskabet.
11-05-17	Anvendt ikke registeret bus AL 22 697		489	103 og 104	15-05-2017 Høring af BB	15-05-2017	nej	kr. 2.000	11	kl. 15.36 v Rema(103) og kl.17.15 Heldumvej (104) Gul vognløb. Bb oplyser, at bussen er en kontraktbus i Holstebro, og at den her også kører på B-kontrakter. BB henviser til at ruten i Lemvig er en B-kontrakt. Dette accepteres, dog opfylder bussen ikke kravene til reservebus i Lemvig, der skal være laventre. Bussen er helguly.
15-05-17	Anvendt ikke registeret bus AL 22 697		480	102	15-05-2017 Høring af BB	15-05-2017	nej	kr. 1.000	11	kl. 7.30 Ringkøbingvej, lilla vognløb. Do ovenfor
16-05-17	Anvendt ikke registeret bus AL 22 697		480	101	16-05-17 Høring af BB	16-05-2017	nej	kr. 1.000	11	kl. 7.43 fra Lemvig St. DO. BB oplyser, at chaufføren tog en forkert bus til ruten.
17-05-17	Anvendt ikke registeret bus CF 91 552		480	101	17-05-16 Høring af BB		nej			kl. 7.43 fra Lemvig st. Bussen er registeret som kontraktbus på B-kontrakt i Holstebro, og supplerende kørsel på alle B-kontrakter. Det er en lavguldsvbus, og kan derfor anvendes som reservebus i Lemvig på den pgl. rute. Ingen bod.
22-05-17	Klage over busdriften i Nr. Nissum	496 og 498			22-05-17 Høring af BB					Kommunen har modtaget en henvendelse med klage over busdriften i Nr. Nissum. BB hører for en udtalelse over klagen.
22-05-17	Medtog ikke passagerer ved gymnasiet		499		29-05-17 Kommunen orienteret BB om hændelsen		nej			Rute 499 den 22. og 23. maj kl. 14.36 kørte ind på gymnasiets holdeplads, hvorefter den kørte igen uden at åbne dørene. Det efterlod 2 børn, som ikke kom med bussen den 22. maj. Den 23. maj var der en 8. classes elev, som løb efter bussen og fik den standst, så børnene kom med. BB har den 1-6-17 oplyst at der var afløser på turen de to dage. Den 22. maj var der ingen børn, der gjorde tegn til og skulle med. Den 23. maj var der en elev der kom gående meget langsom og havde travlt med sin mobil tlf. og da den var 3 min over tid kørte chaufføren og eleven gjorde ikke tegn på, at skulle med. Når der er anden chauffør på, kan de ikke se, hvad for elever der plejer og skal med. Eleverne ved at bussen skal køre kl. er 14:36 og der skal de være i bussen og ikke komme flere minutter efter, at den skulle være kørt. Sagen lukkes med en henstilling om at chaufføren lader døren stå åben mens han venter ved stoppestedet, så børnene kan se at bussen er klar.
12-06-17	Stoppede midt i fodgængerfelt og satte børn af i stedet for ved busstoppestedet				13-06-17 Kommunen orienteret BB om hændelsen	13-06-2017	nej			BB har oplyst at eleverne, der var store børn, ikke havde fortalt, hvor de skulle af, men kom i tanke om det ud for stoppestedet. Da er bussen kørt forbi indkørslen til stoppestedet. Kommunen har oplyst, at man gerne ser at der altid køres ind til stoppestedet. Der er i den situation 3 muligheder. 1. bussen kører videre til næste stoppested 2. bussen stopper der hvor de gerne vil af, hvis chaufføren mener det er forsvarligt. 3. eleverne kommer med en omgang til bussen er tilbage på næste omgang I denne situation har chaufføren vurderet dette var forsvarligt og derfor sat dem af i fodgængerovergangen og det eneste de skulle krydse er en cykelsti. BB er enig med chaufføren i denne vurdering og mener ikke at chaufføren skal gøre noget anderledes. Kommunen er enig i den betragtning i den konkrete situation.

I alt

kr. 16.000

Passagerpulsens Kundeservicepris 2017

Mystery shopping hos trafikskaberne
Resultat for Midttrafik

Forbrugerrådet
Tænk
Passagerpulsens

Indhold

1.	Forord	3
2.	Baggrund og formål	4
3.	Hvorfor kundeservice	5
4.	Sådan har vi gjort	7
5.	Passagerernes brug af kundeservice	10
6.	Hvad henvender passagererne sig om?	11
7.	Metode	12
8.	Midttrafiks resultater - sammenfatning	17
9.	Overblik – Midttrafiks resultater blandt de 10 selskaber	18
10.	Resultater for telefonisk kundeservice	19
11.	Resultater for online kundeservice	25
12.	Bilagstabeller	30
13.	Om Passagerpuls	45

1. Forord

Kære læser,

Kundeservice er afgørende for, hvilket transportmiddel passagererne vælger. 50 % af de passagerer, som vi har spurgt svarer, at kundeservice har 'stor' eller 'meget stor' betydning for, hvilket transportmiddel de vælger at bruge. Det er da tankevækkende

God kundeservice har stor værdi for både passagererne og trafikkselskaberne. Det er ikke kun et spørgsmål om at få hjulpet passageren i en bestemt situation. Den oplevede kundeservice har også stor betydning for passagerernes samlede opfattelse af og tilfredshed med trafikkselskaberne på længere sigt.

Netop derfor sætter vi i Forbrugerrådet Tænk Passagerpulsens for 3. år i træk fokus på trafikkselskabernes kundeservice med uddelingen af Passagerpulsens Kundeservicepris. Som grundlag for prisudelingen har vi igen i år undersøgt en række trafikkselskaber og operatørers telefoniske og online kundeservice. I denne rapport kan du se, hvem der gør det bedst.

Uddelingen af Passagerpulsens Kundeservicepris 2017 er en hyldest til dem, der gør det særlig godt. Men det er også en mulighed for, at selskaberne kan blive inspireret og lære noget af hinanden. Ved at dele de gode erfaringer kan vi skabe forbedringer for alle passagerer i bus, tog og metro i Danmark.

Med denne rapport ved hånden kan du få inspiration til, hvordan du selv kan være med til at skabe bedre kundeoplevelser i den kollektive transport.

God læselyst!

Med venlig hilsen

Laura Kirch Kirkegaard
Afdelingschef i Forbrugerrådet Tænk



2. Baggrund og formål

Der er mange kontaktpunkter hver dag mellem passager og trafikselskab. Lige fra øjenkontakten til buschaufføren, togpersonalets velkendte ”nye passagerer?”, fakturaen for din rejsebestilling, telefonopkald til servicecentre, reklamerne, presseomtalen, til selvbetjeningsblanketterne på hjemmesiden.

Kundeservice på telefon og via hjemmesiden er passagerernes vigtigste kontaktpunkter i forhold til trafikvirksomhederne inden for den kollektive transport. En befolkningsundersøgelse gennemført af Passagerpulsens i marts 2016 ¹⁾, viser, at 40 % af deltagerne i undersøgelsen har benyttet trafikselskabernes kundeservice på en eller flere platforme inden for de seneste 6 måneder.

Samme undersøgelse viser også, at der er en direkte sammenhæng mellem den oplevede kundeservice og holdningen til det enkelte trafikselskab, den kollektive transport generelt samt valg af transportform.

Kundeservice har med andre ord stor betydning for både passagerer og trafikvirksomheder, og derfor har vi undersøgt trafikvirksomhedernes telefoniske og digitale online kundeservice ved hjælp af *mystery shopping* for at belyse følgende:

- Hvordan fungerer trafikselskabernes telefoniske og digitale kundeservice i praksis?
- Hvad fungerer godt, og hvor er der rum for forbedringer?
- Hvilke trafikselskaber er bedst til kundeservice?

Formålet med undersøgelsen er at indsamle viden om, hvordan trafikselskabernes kundeservice fungerer i praksis, og at dele denne information med alle interessenter i branchen som inspiration til, hvordan kundeoplevelsen kan blive endnu bedre.

For at skabe opmærksomhed om, hvor vigtig god kundeservice er for passagererne, uddeler Passagerpulsens også en kundeservicepris til de trafikselskaber, der gør det bedst.

Uddelingen af Passagerpulsens Kundeservicepris er en tilbagevendende begivenhed.

Prisen blev uddelt første gang i maj 2015.

1) Passagerpulsens undersøgelse: Kundeservice i kollektiv transport. Passagerernes ønsker til kundeservice.

3. Hvorfor kundeservice?

Investering i kundeservice kan have vidtrækkende konsekvenser, viser Passagerpulsens undersøgelse. Det vil sige, at arbejder trafikskaberne systematisk med god kundeservice vil det være til gavn for bundlinjen. Det, der blandt andet er på spil, er passagerernes opfattelse af og tilfredshed med trafikskabet og holdningen til kollektiv transport generelt.

Det er ikke altid let at give kunderne en god serviceoplevelse, hver gang der er kontakt. Derfor er det vigtigt at opsamle erfaringerne og omsætte det til en endnu bedre kundeservice og endnu større kundetilfredshed. Se bare en liste af mulige, daglige kontaktpunkter nedenfor.²

Mulige kontaktpunkter kunde/trafikskab*)	Oplevelser der kan påvirke opfattelsen af kundeservice		
Hjemmeside	Sprog og tone	Menu-systemer	Typografier og grafik
Call center	Stemmen i røret	Empati	Løse passagerens problemer
Salgssteder	Åbningstider	Ventetiden i kø	Råd og vejledning
På stationen / ved stoppestedet	Kører tog, bus, metro til tiden?	Hvornår kommer den næste bus / næste tog?	Kan jeg stå i læ, hvis vejret er dårligt?
I bussen / i toget	Når bussen / toget frem til tiden?	Kan jeg få hjælp til min videre rejse, hvis bussen / toget er forsinket?	Et smil fra chaufføren
Mobil apps	Brugervenlighed	Hastighed og grafik	Gennemsigtighed

2) Passagerpulsens egne eksempler

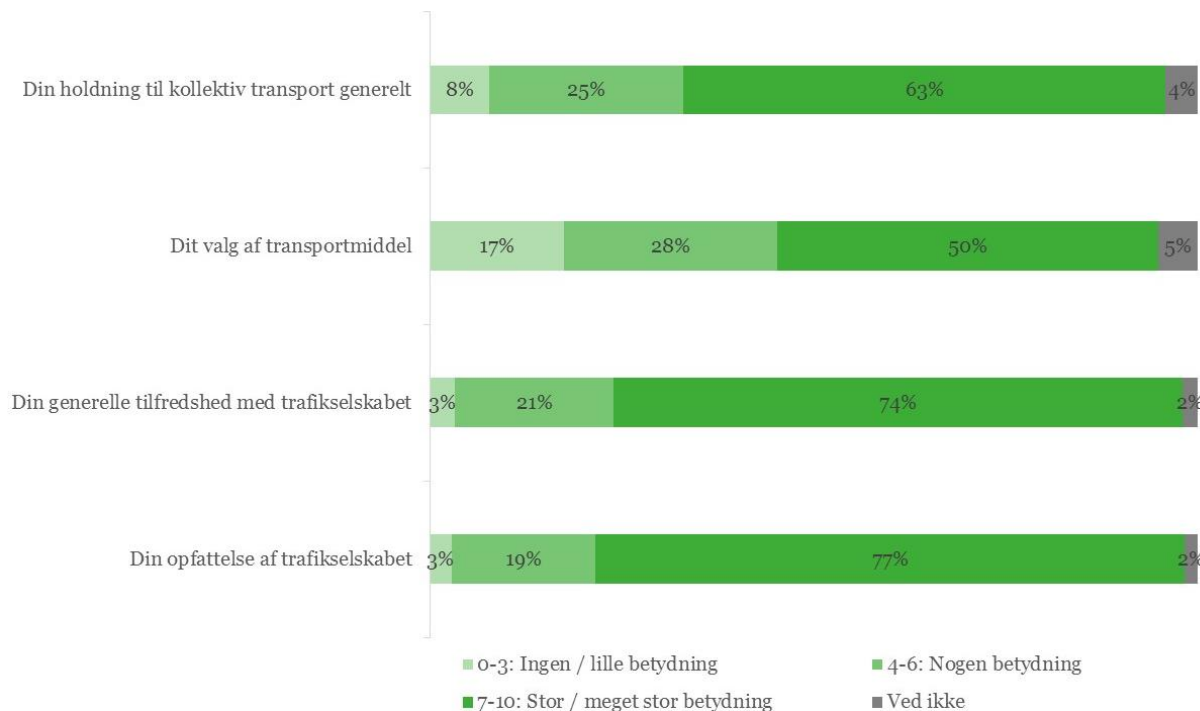
3.1 Kundeservice påvirker opfattelsen af trafikselskaberne

God kundeservice er ikke kun et spørgsmål om at få hjulpet kunden i situationen. Den oplevede kundeservice har også stor betydning for kundens samlede opfattelse af og tilfredshed med trafikselskabet.

77 % svarer således, at kundeservice har ”stor” eller ”meget stor” betydning for deres opfattelse af trafikselskabet.

Kundeservice har også stor indflydelse på den generelle tilfredshed med trafikselskabet og påvirker også i høj grad holdningen til kollektiv transport generelt.³

Figur 1. Hvor stor betydning har kundeservice for.....?⁴



Investering i kundeservice har konsekvenser, der kan række langt ud over den kortsigtede hjælp til kunden.

50 % svarer således, at kundeservice har ”stor” eller ”meget stor” betydning for deres valg af transportmiddel.

3) Passagerpulsens undersøgelse: Kundeservice i kollektiv transport. Passagerernes ønsker til kundeservice.

4) Spørgsmålet er stillet til alle, der benytter kollektiv transport mindst 1 gang hvert halve år på en 0-10 skala. Resultatet er reskaleret.

4. Sådan har vi gjort

Passagerpulsens udgav i marts 2016 rapporten 'Passagerernes ønsker til kundeservice', som er en undersøgelse af passagerernes brug af trafikkselskabernes kundeservice. Rapporten er tilgængelig på Passagerpulsens hjemmeside passagerpulsen.taenk.dk.

Undersøgelsen gav os viden om, hvordan passagererne foretrækker at henvende sig til trafikkselskaberne, samt hvad de mest henvender sig om (se figur 2 og 3).

Som udgangspunkt kan trafikkselskabernes kundeservice evalueres på 2 måder:

1. Ved interview med passagerer, der har haft en kundeserviceoplevelse med det pågældende trafikkselskab
2. Ved hjælp af mystery shopping, det vil sige, at undersøgelsen bliver lavet ved hjælp af personer, som udgiver sig for at være passagerer. Personerne henvender sig til trafikkselskabets kundeservice med et på forhånd fastlagt spørgsmål med henblik på at teste, hvor godt trafikkselskabets kundeservice fungerer.

Passagerpulsens har valgt mystery shopping som evalueringsmetode, fordi alle trafikkselskaberne ikke har haft praktisk eller juridisk mulighed for at give Passagerpulsens direkte kontakt til kunder, der har rettet henvendelse til selskabets kundeservice. Det har derfor ikke været muligt at interviewe disse passagerer.

4.1 Udvælgelse af henvendelsesårsager og -måder

Med udgangspunkt i rapporten 'Passagerernes ønsker til kundeservice' valgte vi, at Passagerpulsens Kundeservicepris skal uddeles på baggrund af trafikkselskabernes kundeservice via telefonen og hjemmesiden.

Årsagen til, at den personlige betjening i de fysiske salgssteder ikke indgår i evalueringen, er, at det ikke er alle trafikkselskaber, der har egne fysiske salgssteder. Derfor ville alle ikke kunne blive evalueret på denne dimension. Desuden viser forundersøgelsen også, at det er de samme forhold, der påvirker oplevelsen af både den telefoniske og den personlige kundeservice.

Kundeservice via de sociale medier har endnu kun en begrænset betydning og er derfor fravalgt.

De hyppigst forekommende henvendelsesårsager til trafikkselskaberne vedrører rejseplanlægning og prisforespørgsler.

Disse 2 henvendelsesårsager er derfor blevet brugt i konstruktionen af cases til evalueringen.

Endelig er eftersøgning af hittegods også blevet valgt som case, da det er en kritisk funktion for passagererne. Der er 2 % af henvendelserne, der vedrører dette (se figur 3).

4. Sådan har vi gjort

De næst-hyppigste henvendelsesårsager vedrører rejsekortet samt refusion af billetter, klager mv. Disse årsager er blevet fravalgt som cases. Rejsekortet blev fravalgt, fordi de ikke har deres eget telefoniske kundecenter; og refusion af billetter, klager mv., fordi det ville stille krav om en meget lang evalueringsperiode, da den endelige tilbagemelding fra selskaberne kan tage flere uger.

Evalueringen er gennemført ved opkald til selskabernes telefoniske kundeservice og ved besøg på selskabernes hjemmeside. Hvert opkald/Besøg havde et specifikt formål (case) og skulle afdække en række konkrete forhold i forbindelse med henvendelsen.

Hver enkelt mystery shopper har kun foretaget telefonopkald eller hjemmesidebesøg til det samme trafikselskab 1 gang.

4.2 Valgte cases

På baggrund af ovenstående blev der udarbejdet i alt 40 cases pr. evalueret selskab:

Telefonisk henvendelse (i alt 25 opkald/cases):

- 10 cases vedr. prisinformation
- 10 cases vedr. rejseplanlægning
- 5 cases vedr. hittegods

Kontakt/informationssøgning via hjemmesiden (i alt 15 besøg/cases): ⁵

- 5 cases vedr. prisinformation
- 5 cases vedr. rejseplanlægning
- 5 cases vedr. hittegods

5) Dog kun 10 cases for hjemmesiden Rødbillet.dk, da efterlysning af hittegods kræver et billetnummer.

4. Sådan har vi gjort

4.3 Evaluerede selskaber

Nedenstående 12 selskaber er blevet evalueret i forbindelse med Passagerpulsens Kundeservicepris. 12 af selskaberne er testet på online kundeservice via hjemmesiden, og 10 af selskaberne er også testet på telefonisk kundeservice.⁶

Rejseplanen og Rejsekortet, der er væsentlige kontaktpunkter for mange passagerer, er ikke blevet evalueret, da der er tale om henholdsvis et rejseplanlægningsværktøj og et billetsystem. Vi har haft et ønske om, at vurdere passagerernes behov og ønsker til trafiksselskabernes kundeservice i forhold til en bredere vifte af henvendelsesårsager.



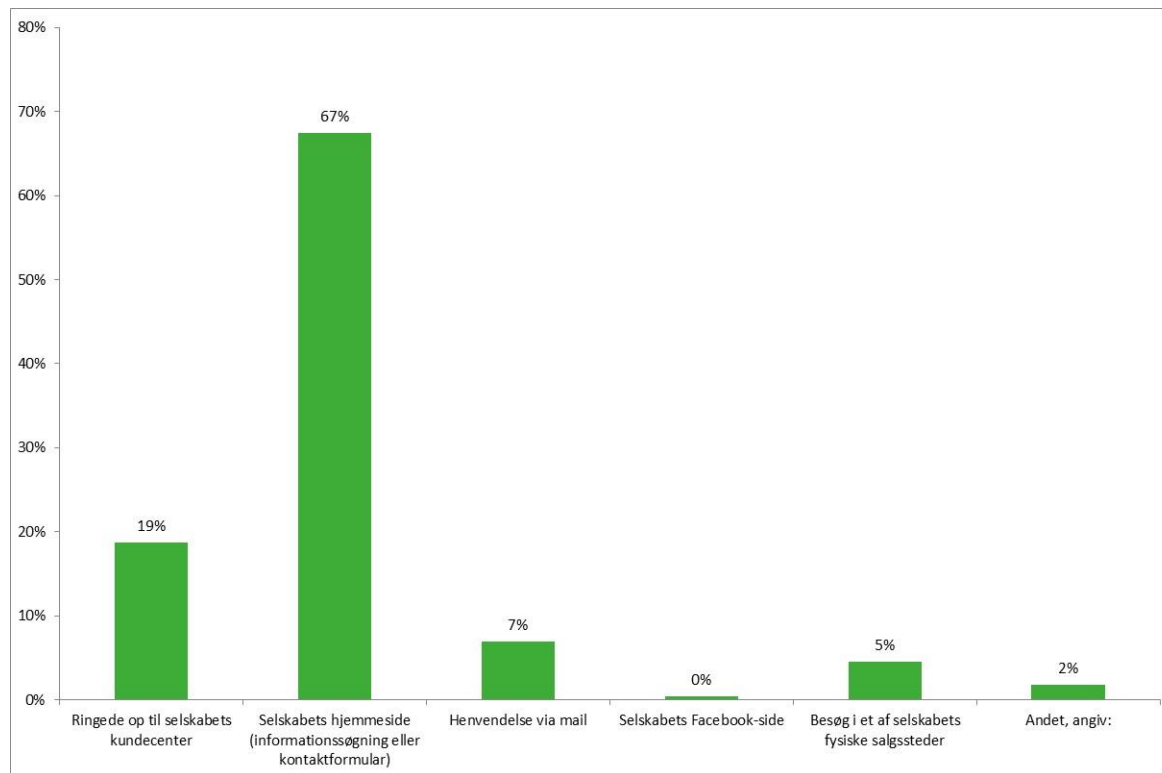
6) Nordjyske Jernbaner og Rødbillet.dk er kun evalueret på hjemmesiden, da selskaberne enten ikke har telefonisk kundeservice, eller denne varetages af en anden operatør.

5. Passagerernes brug af kundeservice

Passagererne foretrækker at søge information og få besvaret spørgsmål ved at bruge selskabernes hjemmesider og henvende sig telefonisk. Ved den seneste henvendelse til et selskab inden for de seneste 6 måneder har 67 % benyttet hjemmesiden og 19 % telefonen. ⁷

At hjemmesiden er hyppigt anvendt stiller krav til trafikkselskaberne om funktionalitet og intuitiv tilgang. Kunden har i de fleste tilfælde ikke mulighed for at stille opklarende spørgsmål uden ventetid, og derfor må de gå ud fra, at den eftersøgte viden eller funktion kan findes på hjemmesiden og er korrekt.

Figur 2. Hvilken af følgende kontaktformer benyttede du ved den seneste henvendelse? ⁸



⁷) Passagerpulsens undersøgelse: Kundeservice i kollektiv transport. Passagerernes ønsker til kundeservice.

⁸) Spm. stillet til alle, der inden for de sidste 6 måneder har haft en henvendelse til et trafikkselskab) (n = 504)

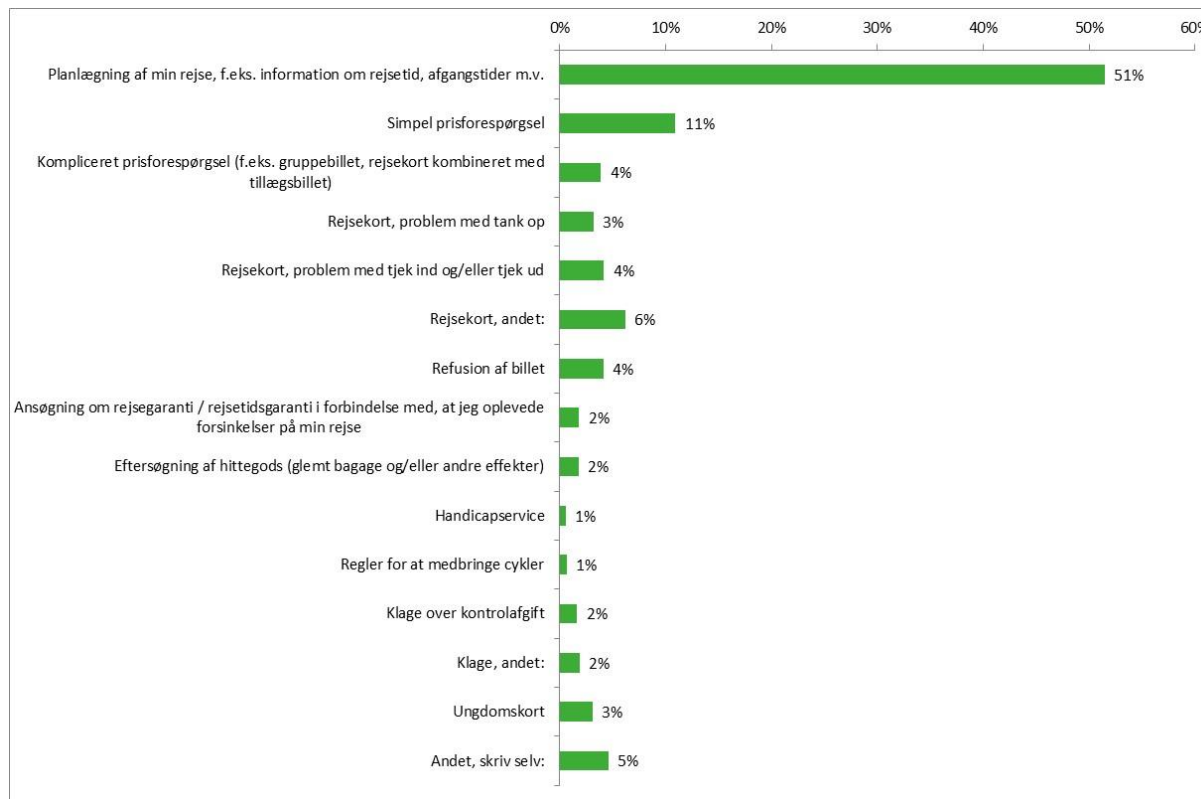
6. Hvad henvender passagererne sig om?

Henvendelserne til trafiksselskaberne har forskellig karakter.

De fleste henvendelser drejer sig om forhold, der har med planlægning og oplysning at gøre, fx rejseplanlægning (51 %), prisforespørgsler (15 %) og regler for cykelmedtagning (1 %).

En anden væsentlig del af henvendelserne drejer sig om problemløsning – problemer med Rejsekortet (13 %), refusion/rejsegaranti (6 %), klager over kontrolafgifter (2 %) og eftersøgning af hittegods (2 %).⁹

Figur 3. Hvad drejede din seneste henvendelse sig om?¹⁰



9) Passagerpulsens undersøgelse: Kundeservice i kollektiv transport. Passagerernes ønsker til kundeservice.

10) Spørgsmålet er stillet til alle, der inden for de sidste 6 måneder har haft en henvendelse til et trafiksselskab.

7. Metode

Passagerpulsens forundersøgelse af passagerernes brug af trafikkselskabernes kundeservice viste, at der er en række forhold i forbindelse med telefonisk kundeservice og kundeservice via hjemmesiden, der påvirker passagerernes oplevelse af kundeservicen.¹¹

I forbindelse med forundersøgelsen lavede Passagerpulsens en analyse for at få klarhed over, hvilken betydning de enkelte forhold har.¹²

Resultaterne af analysen blev sammenlignet med resultaterne fra andre tilsvarende kundeservice-undersøgelser og undersøgelser udarbejdet af bl.a. Per Østergaard Jacobsen fra CBS og Morten Schrøder fra Wilke. På den baggrund blev de enkelte forhold tildelt en vægt i forhold til den samlede tilfredshed.

Disse forhold er blevet evalueret i mystery shopping undersøgelsen af trafikkselskaberne. De enkelte forhold har ikke lige stor betydning for den samlede oplevelse af trafikkselskabernes kundeservice.

I forbindelse med kåringen af vinderne af Passagerpulsens Kundeservicepris i de 2 kategorier 'Telefonisk kundeservice' og 'Online kundeservice' er der foretaget en sammenvejning af trafikkselskabernes score på de 3 typer henvendelsesårsager:

- Prisforespørgsel
- Rejseplanlægning
- Hittegods

Sammenvejningen er foretaget med udgangspunkt i, hvor hyppigt passagererne henvender sig om de forskellige emner.

I forbindelse med kåringen af den samlede pris 'Bedst af alle' er der foretaget en sammenvejning af trafikkselskabernes score for hhv. telefonisk og online kundeservice. Sammenvejningen er foretaget med udgangspunkt i, hvilken henvendelsesform passagererne ønsker at benytte til den enkelte henvendelsesårsag.

11) Passagerpulsens rapport: Passagerernes ønsker til kundeservice 2016.

12) Analysen er lavet med udgangspunkt i en kvantitativ undersøgelse af, hvordan 521 danskere har oplevet deres seneste kundeservicehenvendelse til et trafikkselskab.

7.1 Vejegrundlag – Telefonisk kundeservice

Forhold	Består af	Vægt
IVR Sluse (Interactive voice response, dvs. et telefonisk tast-selv menu system)	Blev det oplyst, hvor der var ringet til? Kom du direkte igennem, til telefonkø eller til 'tast-selv'? Var instruktionerne i tast-selv let forståelige? Hvor mange menupunkter blev læst op?	10%
Ventetid	Kom du efter 'tast-selv' direkte til en medarbejder eller i telefonkø? Fik du information om plads i telefonkøen og ca. ventetid? Var der serviceoplysninger i ventetiden? Hvor lang tid gik der alt i alt fra du ringede op, inden du kom igennem til en kundeservicemedarbejder?	15%
Velkomst	Blev du budt velkommen, og præsenterede medarbejderen sig selv?	10%
Viderestilling	Blev du under samtalen stillet videre til en anden medarbejder? Hvor mange gange blev du stillet videre?	10%
Service og behovsafdækning	Var kundeservicemedarbejderen venlig og imødekommende? Var kundeservicemedarbejderen hjælpsom i forhold til at besvare dit spørgsmål / løse dit problem? Kunne kundeservicemedarbejderen svare på alle dine spørgsmål? Tilbød kundeservicemedarbejderen at gøre tingene for dig? - Fx at beregne en pris	30%
Afslutning af sagen	Blev dit problem løst i løbet af opkaldet? Fik du anvist en alternativ løsning på, hvordan du kunne få svar på din henvendelse? (fx selvbetjening på hj.side) Modtog du vejledning i brug af selvbetjeningsløsningen? (fx information om, hvilken formular der skal udfyldes)	20%
Generel oplevelse af kundeservice	Følte du dig godt behandlet? Oplevede du som passager at blive sat i centrum? Svarede den leverede kundeservice til dine forventninger?	5%

7.2 Vejegrundlag - Hjemmesidebesøg

Forhold	Består af	Vægt
Sprog og tone	Var der venlig tone og stil på hjemmesiden?	15%
Hjemmesidens overskuelighed	Blev du guidet videre fra forsiden til den relevante infoside / kontaktformular? Hvor lang tid tog det at finde frem til den rigtige informationsside / kontaktside / kontaktformular?	20%
Funktionalitet	Blev hele hjemmesiden vist på den skærm, som du benyttede for at komme ind på hjemmesiden? Kunne du læse typografierne og teksten på knapperne på dit skærbillede? Hvor mange klik tog det at komme fra hjemmesidens forside til den rigtige informationsside / kontaktside / kontaktformular?	16%
Brugervenlighed	Var informationssiden / kontaktsiden / kontaktformularen formuleret i et klart og forståeligt sprog? Blev du i kontaktformularen afkrævet uklare og/eller unødvendige informationer?	15%
Behovsafdækning og forventningsafstemning	Indeholdt informationssiden / kontaktsiden / kontaktformularen tilstrækkelig med information til, at du kunne få løst dit problem / få svar på dine spørgsmål? Var der på kontaktsiden / i kontaktformularen en klar forventningsafstemning af omfang og tid for det videre forløb? Fik du svar på din henvendelse?	14%
Afslutning af sagen	Fik du løst dit problem / svar på dit spørgsmål i løbet af dit besøg på hjemmesiden? Fik du løst dit problem / svar på dit spørgsmål efter dit besøg på hjemmesiden, eller efter du modtog et e-mail svar? Fik du anvist alternative løsningsmuligheder?	15%
Generel oplevelse af kundeservice	Følte du dig godt behandlet? Oplevede du som passager at blive sat i centrum? Svarede den leverede kundeservice til dine forventninger?	5%

7.3 Evalueringsresultater - Læsevejledning

For at lette læsningen af evalueringsresultaterne har vi lavet en læsevejledning med et eksempel. Her fremgår det for eksempel, at selskabet har opnået 89 point i forbindelse med oplevelsen af selskabets ventetid, og at bedømmelsen af ventetid udgør 15 % af den samlede score.

Figuren viser også benchmarks. Du kan aflæse den højeste og laveste score blandt de evaluerede selskaber for hver af de 7 dimensioner. For en nærmere beskrivelse af dimensionerne henvises til kapitel 7, hvor vi beskriver metoden.

Samlet score: Betegnelsen angiver på en skala fra 0-100 gennemsnittet af alle 25 opkald for det vindende selskab. Den samlede score er beregnet ved en sammenvejning af 7 forskellige serviceområder bl.a. ventetid og velkomst.

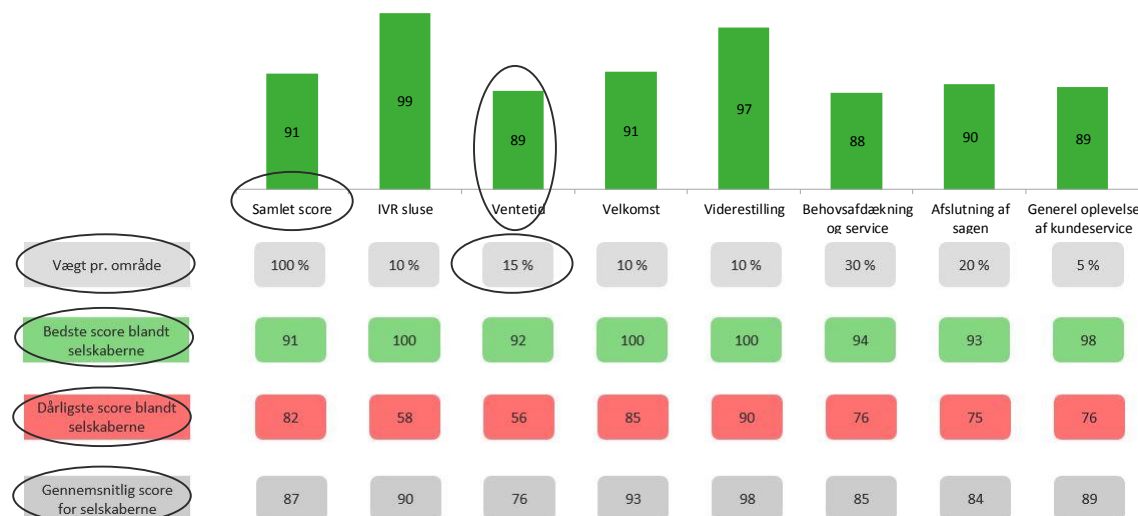
Vægt pr. område: Hvor stor betydning hvert område har for beregningen af den samlede score er angivet med termen 'Vægt'. Eksempelvis betyder 'Ventetid' 15% for den samlede score.

Bedste score: Her kan du se den højeste score blandt de 12 deltagende selskaber.

Dårligste score: Det viser, hvad den laveste score blandt de 12 deltagende selskaber.

Gennemsnit: Den gennemsnitlige score for de deltagende selskaber er samlet i kolonnen 'Gennemsnit'.

Figur 4. Læsevejledning





Passagerpulsens Kundeservicepris 2017

Resultater for Midttrafik

Forbrugerrådet
Tænk
Passagerpulsens

8. Midttrafiks resultater - Sammenfatning

Den telefoniske kundeservice:

Midttrafik udmærker sig især ved en velfungerende IVR sluse og kort ventetid. Her ligger Midttrafik helt i top.

I forhold til de bedste selskaber i kategorien er der rum for forbedringer i forhold til håndtering af hittegodssager og komplicerede prisforespørgsler.

Det kunne overvejes at henvise til hjemmesiden i forbindelse med hittegoods i tast-selv-menuen

Midttrafik kunne også overveje at lade opkald omkring Flextrafik gå til hovednummeret 70 210 230, og henvise til Flextrafik i tast-selv-menuen, da det vil reducere risikoen for at opkald ryger forkert.

I relation til komplicerede prisforespørgsler, er det vigtigt at medarbejderne er i stand til at hjælpe, særligt i de tilfælde, hvor passageren ikke selv kan finde svaret på hjemmesiden eller Rejseplanen. Det kunne f.eks. være i de tilfælde, hvor passageren har et periode- eller ungdomskort, der gælder til en del af rejsen, og søger en pris på, hvilken billet de skal købe til den resterende del af rejsen.

Hjemmesiden:

Midttrafik skal have ros for at have forbedret hjemmesidens funktionalitet og brugervenlighed i forhold til 2016, således at den i 2017 er blandt de bedste.

Her skal især den interaktive prisenregner (i betaversion), hvor rejsekortet er med, samt søgefunktionen i forbindelse med hittegoods fremhæves.



9. Overblik: Midttrafiks resultat blandt de 10 trafiksselskaber

Samlet score

81

Midttrafik

79

Gennemsnit

88

NT

Vinder



Generelt

Samlet set opnår Midttrafik en placering som nr. 4 ud af de 10 selskaber, der blev målt både på telefonisk og online kundeservice.

Midttrafik trafik udmærker sig især ved en god hjemmeside.

Telefonisk kundeservice

82

Midttrafik

83

Gennemsnit

92

NT

Vinder



Midttrafik

- IVR sluse
- Viderestilling



Midttrafik

- Behovsafdækning og service
- Afslutning af sagen

Online kundeservice

81

Midttrafik

78

Gennemsnit

85

NT

Vinder



Midttrafik

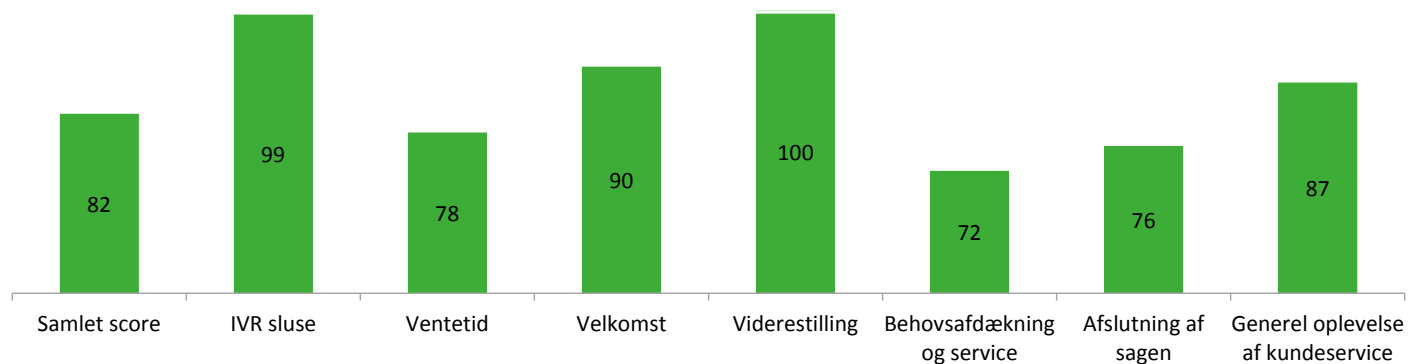
- Funktionalitet
- Brugervenlighed
- Afslutning af sagen



Midttrafik

- Sprog og tone

10. Telefonisk Kundeservice Resultat for Midttrafik



Midttrafiks placering	6	1	5	4	1	9	9	3
Vægt pr. område	100%	10%	15%	10%	10%	30%	20%	5%
Bedste score blandt de 10 selskaber	92	99	91	100	100	93	95	95
Dårligste score blandt de 10 selskaber	77	50	58	67	78	70	69	68
Gennemsnitlig score for de 10 selskaber	83	84	77	87	94	80	82	85

10. Telefonisk kundeservice – Midttrafik IVR sluse og ventetid

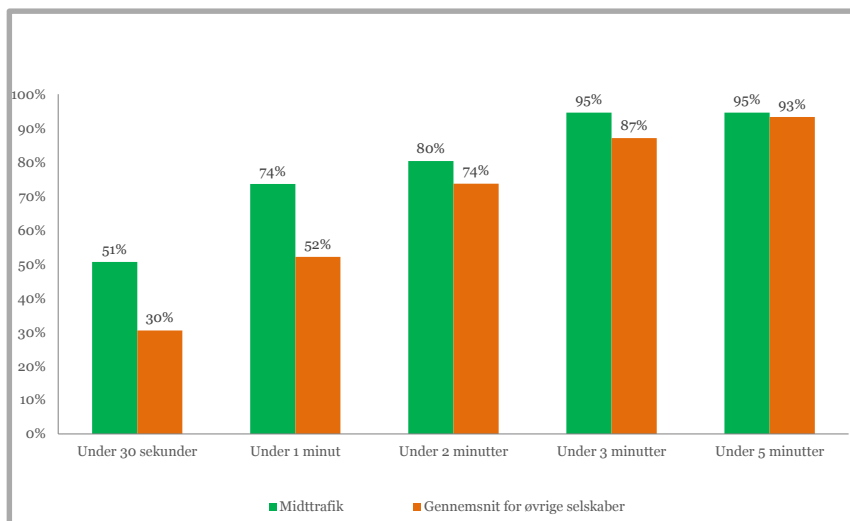
Positivt: Kort ventetid

Midttrafik udmærker sig også i 2017 ved kort ventetid sammenlignet med gennemsnittet for de øvrige selskaber. Således blev der opnået kontakt til en medarbejder inden for 30 sekunder i halvdelen for halvdelen af opkaldene.

Negativt: Måske for smal IVR sluse

Midttrafik scorer højt på IVR sluse, fordi der er få valgmuligheder.

Dog kunne det overvejes at tilføje information om, at hittegods og flextrafik ikke håndteres af Midttrafiks kundecenter, således at der ikke ringes forgæves.



Figur 6: Ventetid, inden der opnås kontakt til en medarbejder i kundeservice.
(Værdier i procenter. Højeste procentsats er bedst.)

Note til figuren til venstre:

Figuren viser hvor stor en andel af de gennemførte opkald, der opnår kontakt til en medarbejder inden for forskellige tidsintervaller.

Eks. "Under 30 sekunder" = for 51% af de gennemførte opkald, blev der opnået kontakt til en medarbejder, inden der var gået 30 sekunder.

10. Telefonisk kundeservice - Midttrafik hittegods

Midttrafik har valgt at udlicitere håndteringen af sager om hittegods til de busselskaber, der står for driften af de forskellige buslinjer. Det var også tilfældet i 2015 og 2016.

Ud fra et forbrugerperspektiv er det ikke god kundeservice. Ofte betyder det, at man som kunde sendes videre i systemet, eller selv må foretage ekstra opkald, før der opnås kontakt med en medarbejder, der kan tage hånd om sagen.

Det er utrolig vigtigt, at Midttrafik er opmærksom på, at kunderne ikke altid er klar over, at Midttrafik ikke selv håndterer hittegodssager. Denne information bør tydeliggøres, når opkald om hittegods håndteres i callcenteret.

Midttrafik kunne overveje allerede at oplyse i IVR slusen, at Midttrafik ikke håndterer hittegodssager. Samtidig kunne I enten stille videre til det ansvarlige busselskab eller informere om, hvor kunden kan finde de relevante kontaktoplysninger. Det ville betyde, at kunden ikke bruger unødigt tid på at vente i telefonkø.

Positivt:

Midttrafiks medarbejdere er flinke til at give oplysninger om, hvilket busselskab kunden skal kontakte i forbindelse med tabte sager.

Negativt:

Det er besværligt og forvirrende for kunderne, at de ikke kan efterlyse tabte sager direkte hos Midttrafik. I stedet skal de kontakte det busselskab, der står for driften af den buslinje, hvor sagerne er mistet.





midttrafik

10. Telefonisk kundeservice - Midttrafik

Rådgivning om priser og rejseplanlægning kan forbedres

I 10 ud af 25 opkald kunne medarbejderne ikke svare på alle spørgsmål. 6 af disse opkald handlede om enten priser eller rejseplanlægning, herunder spørgsmål om Ungdomskort, en rejse der krydser Sydtrafiks område og et enkelt om Flextrafik.

Her er et eksempel på et spørgsmål medarbejderen ikke kunne besvare:

"Jeg er studerende og pendler mellem Randers og Århus. Jeg har Ungdomskort der gælder i hele Midttrafik Øst. Jeg skal rejse fra Randers til Skive og tilbage igen på lørdag. Hvordan kan jeg gøre det billigst?"

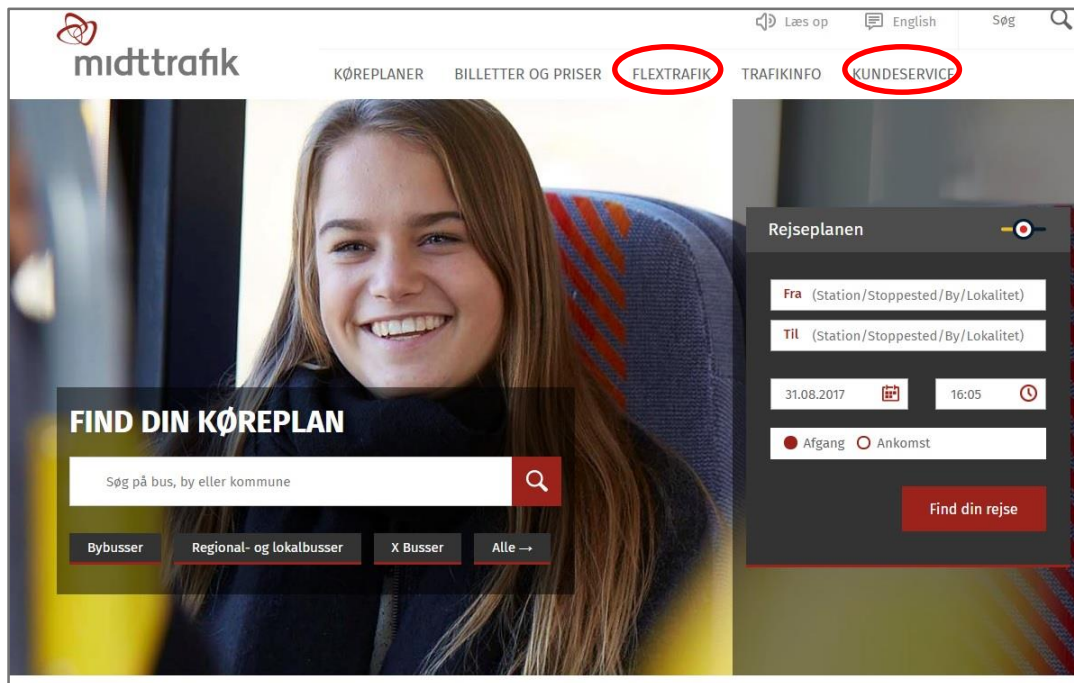
Spørgsmålet drejer sig således om en studerende, der har et Ungdomskort, der gælder på en del af rejsen, og derfor gerne vil vide, hvad den del af rejsen koster, hvor Ungdomskortet ikke gælder, herunder hvad der er billigst.

Eksemplet illustrerer en type af spørgsmål, det kan være vanskeligt for passageren selv at finde svar på via Rejseplanen eller hjemmesiden, hvorfor den personlige rådgivning er utrolig vigtig. Trafikselskabet bør derfor gøre sit yderste for at hjælpe, så passageren ikke lades i stikken. Også selvom det i nogle tilfælde kan være besværligt for medarbejderen at finde et svar 😊



Copyright: iStock

Overvej en samlet telefonisk indgang til Kundeservice og Flextrafik



For nogle kunder er det forvirrende, at Flextrafik har sin egen telefoniske kundeservice.

Midttrafik kunne overveje at tilføje Flextrafik i tast-selv-menuen til hovednummeret, således at alle opkald til Midttrafik sker til samme nummer.

10. Telefonisk kundeservice

Gode og dårlige oplevelser med Midttrafiks kundeservice

Gode oplevelser:

Han var meget venlig og undersøgte forskellige afgange for at finde den, der passede bedst.

Hun hjalp så godt hun kunne og fortalte ekstra information, såsom at man med et rejsekort i Vestjylland kan rejse på børnebillet i resten af Midtjylland.

Hun var imødekommende og virkede velinformeret om priser, kort osv. Hun var klar til at hjælpe mig og stillede alle 3 scenarier op for mig, hvorefter hun anbefalede det billigste, og lod mig om at vælge endeligt.

Dårlige oplevelser:

Han virkede lidt forvirrende, da han hurtigt lerede to busnumre af, hvorefter han begyndte at tale om priser. Han kunne desuden ikke give den nøjagtige pris og havde ikke styr på, hvad der kunne fås i rabat.

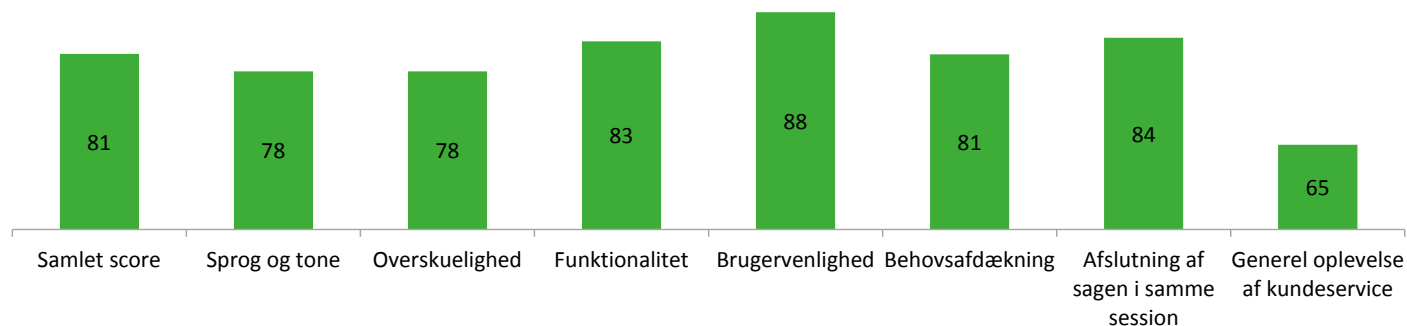
Jeg fik blot et andet nummer, da han sad i Aarhus, og bus 33 var fra en anden linje. Han kunne end ikke fortælle mig, hvor de ville indlevere hittegods fra denne buslinje.

Uengageret i samtalen, sendte mig videre uden videre hjælp. Hun afbrød mig inden jeg kunne tale færdigt.

(Hittegods)

11. Online kundeservice

Resultat for Midttrafik



	Samlet score	Sprog og tone	Overskuelighed	Funktionalitet	Brugervenlighed	Behovsafdækning	Afslutning af sagen i samme session	Generel oplevelse af kundeservice
Midttrafiks placering	4	10	6	2	2	5	1	9
Vægt pr. område	100%	15%	20%	16%	15%	14%	15%	5%
Bedste score blandt de 11 selskaber	85	100	100	90	94	84	84	98
Dårligste score blandt de 11 selskaber	66	78	30	56	63	71	51	39
Gennemsnitlig score for de 11 selskaber	78	94	74	74	78	79	72	70

11. Online kundeservice – Midttrafik

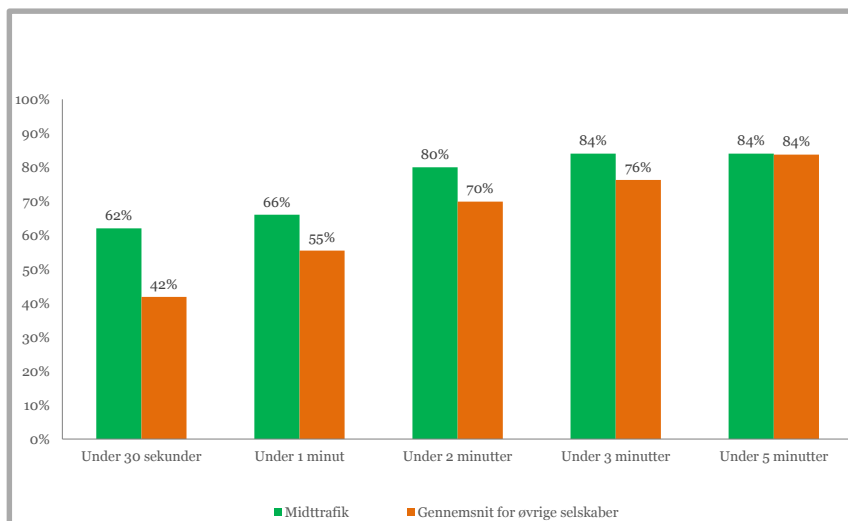
Søgetid

Positivt: Forbedret søgetid

Den opdaterede hjemmeside betyder, at Midttrafik i 2017 ligger blandt de bedste selskaber, når det gælder søgetid.

En væsentlig forklaring er, at det i forbindelse med hittegods nu er blevet muligt at få kontaktoplysninger til busselskabet ved en simpel søgning på rutenummeret frem for at skulle finde og slå op i en køreplan.

Se eksempel side 28.



Figur 7: Søgetid, inden de relevante oplysninger bliver fundet på hjemmesiden.
(Værdier i procenter. Højeste procentsats er bedst.)

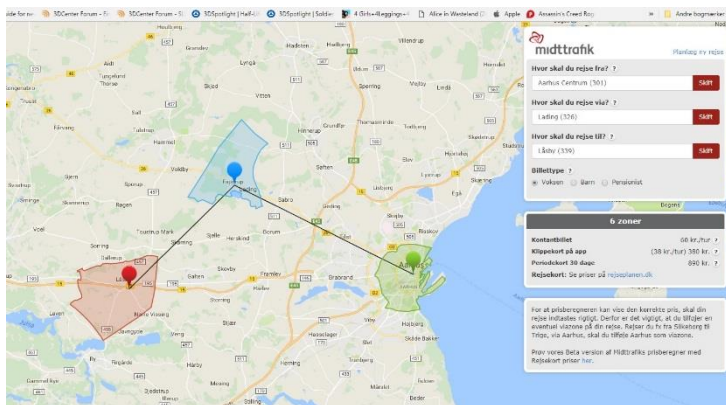
Note til figuren til venstre:

Figuren viser, hvor hurtigt mystery shopperne finder de relevante oplysninger på hjemmesiden inden for forskellige tidsintervaller.

Eks. ”Under 30 sekunder” = for 62% af de gennemførte besøg, blev de relevante oplysninger fundet, inden der var gået 30 sekunder.

11. Online kundeservice – Midttrafik God rejseplanlægning

Den officielle prisberegner uden rejsekortintegration

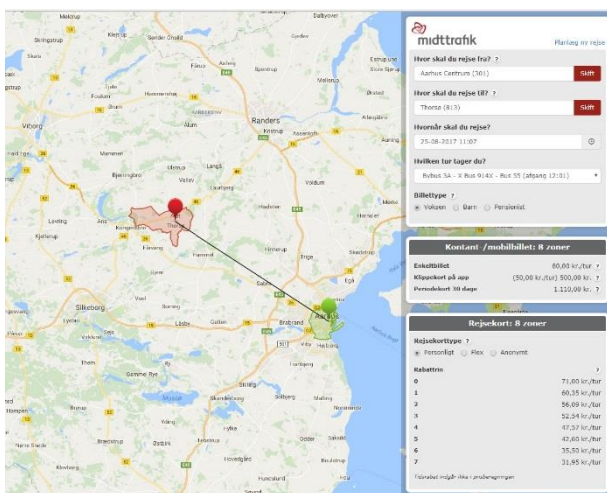


Det er meget positivt, at Midttrafik har fulgt Fynbus' gode eksempel og integreret rejsekortet i den seneste betaversion af den interaktive prisberegner. Det gør det muligt hurtigt at søge priser på bestemte rejserelationer.

Det kan dog undre, at der i den gamle prisberegner uden rejsekortintegration findes mulighed for at angive "via" zone, mens det ikke findes i beta-versionen.

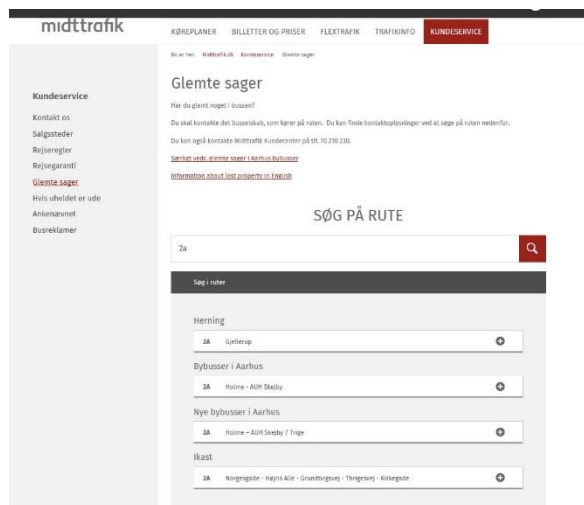
Skyldes det, at "via" zone princippet ikke længere er relevant?

Betaversion med rejsekortintegration



11. Online kundeservice – Midttrafik

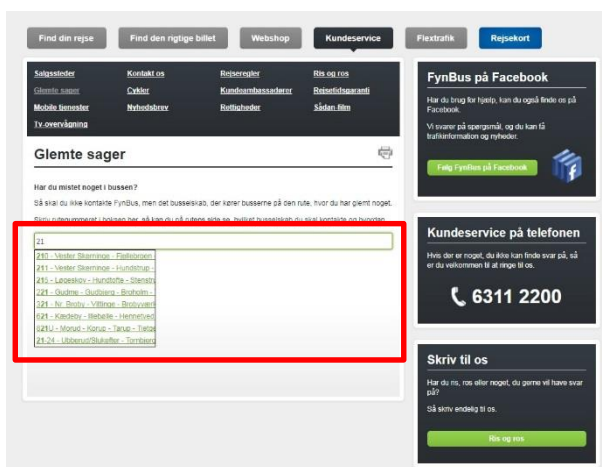
Forbedret mulighed for efterlysning af hittegods



Det er rigtig fint, at det i forbindelse med hittegods nu er muligt at søge direkte på rutenummeret og få kontaktoplysningerne for det busselskab, der betjener ruten, hvor genstanden er mistet.

I nogle tilfælde vil der dog komme flere forskellige busruter frem på listen, idet mange af busruterne numre går igen i de forskellige bybusnet i Midttrafik's område. Her kunne det måske have været mere hensigtsmæssigt, hvis busruterne allerede kom frem ved indtastning i søgefeltet som hos Fynbus.

Men alt i alt er der tale om en klar forbedring af hjemmesidens funktionalitet og brugervenlighed, hvilket Midttrafik skal have ros for.



11. Online kundeservice

Gode og dårlige oplevelser med Midttrafiks kundeservice

Gode oplevelser:

Det jeg testede stod klart nede i bunden af hjemmesiden, hvilket for mig fungerer godt. Det giver i hvert fald god mening for mig, at sådan noget med ""Glemte sager"" står i bunden. Selve hjemmesiden var også delt fint op i kategorier og nem og overskuelig.

Alle punkter er samlet på overskuelig måde på forsiden. Dvs at den rummer links til det hele.

Grafisk overskuelig. Indeholder rigtig mange informationer. Det sparer musearmen.

Dårlige oplevelser:

Det er lidt en ulempe, fordi der ikke er nogen introducerende eller forklarende tekster overhovedet.

Jeg skulle undersøge om jeg kunne køre med kørestol og få assistance fra Viborg til Randers. Jeg kan straks se at handicapkørsel er under Flextrafik og med et klik kan jeg bestille (god info om dør til dør og priser, super og enkelt og velformuleret). Men jeg ved det stadig ikke om jeg kan køre med en bus? Trykker kundeservice og chat, jeg er nr. 2 i køen på chat i 10 min. Lukker og starter igen. igen nr. 2. i køen. Den virker nok ikke. Trykker mail: der står mere end 5 arbejdsdage på besvarelse af mail pga. de er udfordrede.

Dårligt opbygget. Hvor finder jeg svar på cykel i bussen? Hvis ikke jeg kendte det i forvejen?

12. Bilagstabeller

På de næste sider gennemgår vi i detaljer, hvordan Midttrafiks samlede kundetilfredshedsscore er fremkommet.

Resultaterne for telefonisk kundeservice vises på side 31 til 37.

Resultaterne for online kundeservice vises på side 38 til 44.

Smiley'erne angiver den generelle tilfredshed med hver dimension. Se også kommentarerne.

12. Telefonisk Kundeservice - Midttrafik IVR-sluse

Målepunkt	Intern vægt	Bedømmelse	Kommentar
Da du ringede op, blev du oplyst om, hvor der var ringet til?	10 %	😊	24 af 25 fik oplyst, hvor der var ringet til.
IVR sluse*	70 %	😊	5 blev stillet direkte igennem til en medarbejder, 3 kom i telefonkø, mens 17 kom til tast-selv-omstilling
<u>Tast selv omstilling:</u> Var instruktionerne let forståelige?	10 %	😊	Alle synes instruktionerne var forståelige
<u>Tast selv omstilling:</u> Hvor mange menupunkter blev der læst op?	10 %	😊	Der er under 4 punkter i Midttrafiks tast-selv-omstilling

*) Disse 3 forhold vurderes samlet.

12. Telefonisk Kundeservice - Midttrafik Ventetid

Målepunkt	Intern vægt	Bedømmelse	Kommentar
Omstilling efter IVR sluse	25 %	😊	10 kom videre til en medarbejder, mens 7 kom i telefonkø.
<u>Mens du ventede i telefon kø:</u> Fik du at vide hvor du var i køen og hvor længe du cirka skulle vente?	15 %	😊	6 af 10 fik ikke oplyst placering i telefonkø. Dog var ventetiden kun i et enkelt tilfælde en total ventetid på over 1 minut.
<u>Mens du ventede i telefon kø:</u> Var der serviceoplysninger i ventetiden ?	10 %	😊	I 2 ud af 10 tilfælde blev der givet serviceoplysninger i ventetiden. Dog var ventetiden kun i et enkelt tilfælde en total ventetid på over 1 minut.
Hvor lang tid gik der alt i alt fra du ringede op, inden du kom igennem til en kundeservicemedarbejder?	50 %	😊	Medianventetiden var ca. 20 sekunder, hvilket er kortere end gennemsnittet for de øvrige selskaber, hvor den er ca. 50 sekunder. 51 % kom igennem inden for 30 sekunder mod 30 % for gennemsnittet af de øvrige selskaber. 74 % kom igennem inden for 1 minut mod 52 % for gennemsnittet for de øvrige selskaber.

12. Telefonisk Kundeservice - Midttrafik Velkomst

Målepunkt	Intern vægt	Bedømmelse	Kommentar
Blev du budt velkommen, og præsenterede medarbejderen sig selv?	100 %	😊	22 af 25 oplevede, at medarbejderen bød velkommen og præsenterede sig selv.

12. Telefonisk Kundeservice - Midttrafik Viderestilling

Målepunkt	Intern vægt	Bedømmelse	Kommentar
Blev du under samtalen stillet videre til en anden medarbejder?	100 %	😊	Ingen oplevede at blive stillet videre under samtalen.
Hvor mange gange blev du stillet videre?	*	-	-

*) Der gives ekstra point, hvis der kun stilles om 1 gang.

12. Telefonisk Kundeservice - Midttrafik Behovsafdækning og service

Målepunkt	Intern vægt	Bedømmelse	Kommentar
Var kundeservicemedarbejderen venlig og imødekommende?	10 %	😊	21 af 25 syntes, at medarbejderen var venlig og imødekommende.
Var kundeservicemedarbejderen hjælpsom i forhold til at besvare dit spørgsmål / løse dit problem?	40 %	😊	21 af 25 syntes, at medarbejderen var hjælpsom ift. at løse problemet.
Kunne kundeservice-medarbejderen svare på alle dine spørgsmål?	40 %	😐	15 ud af 25 syntes, at medarbejderen kunne svare på alle spørgsmål.
Tilbød kundeservice-medarbejderen at gøre tingene for dig?	10 %	😞	10 ud af 25 oplevede, at medarbejderen tilbød at gøre tingene for en.

Scenarie	Spm13. Blev dit problem løst i løbet af opkaldet? - Nej, uddyb:
Hittegods	Blev henvist til andet selskab
Hittegods	Midtrafik håndterer ikke Hittegods for den bus, som det drejede sig om. Det var Arrivas ansvar.
Hittegods	Jeg blev henvist til nummeret og selskabet der kunne hjælpe med at løse problemet.
Hittegods	Jeg fik et nummer, jeg skulle ringe til.
Hittegods	da hun sendte mig videre til busselskabet
Planlægning	Jeg ved stadig ikke med sikkerhed at der er et toilet, dog ved jeg at der er et venturum hvor der måske er et.
Planlægning	Jeg fik information om hvordan jeg kom noget af vejen men ville ikke oplyse det hele, da den sidste del af turen blev kørt af et andet selskab (Sydtrafik).
Prisforespørgsel	Jeg fik ikke besvaret, hvor meget det ville koste, da jeg blev henvist til et andet nummer. (Flextrafik)
Prisforespørgsel	Problemet blev løst delvist, for hun kunne godt fortælle, hvad den billigste løsning var, men gav mig en hjemmeside, hvor jeg kunne læse mere end det hun kunne fortælle.
Prisforespørgsel	Hun kunne ikke fortælle en pris på rejsen.

12. Telefonisk Kundeservice - Midttrafik

Afslutning af sagen

Målepunkt	Intern vægt	Bedømmelse	Kommentar
Blev dit problem løst i løbet af opkaldet?	100 %	😊	15 ud af 25 oplevede, at deres problem blev løst under opkaldet.
<u>Hvis problem ikke blev løst:</u> Fik du anvist en alternativ løsning på, hvordan du kunne få svar på din henvendelse	*	😊	8 af 10 fik anvist en alternativ løsning
<u>Hvis der foreslås selvbetjening:</u> Modtog du vejledning i brug af selvbetjeningsløsningen?	*	-	-

Scenarie	Spm13. Blev dit problem løst i løbet af opkaldet? - Nej, uddyb:
Hittegods	Blev henvist til andet selskab
Hittegods	Midtrafik håndterer ikke Hittegods for den bus, som det drejede sig om. Det var Arrivas ansvar.
Hittegods	Jeg blev henvist til nummeret og selskabet der kunne hjælpe med at løse problemet.
Hittegods	Jeg fik et nummer, jeg skulle ringe til.
Hittegods	da hun sendte mig videre til busselskabet
Planlægning	Jeg ved stadig ikke med sikkerhed at der er et toilet, dog ved jeg at der er et venturum hvor der måske er et.
Planlægning	Jeg fik information om hvordan jeg kom noget af vejen men ville ikke oplyse det hele, da den sidste del af turen blev kørt af et andet selskab.
Prisforespørgsel	Jeg fik ikke besvaret, hvor meget det ville koste, da jeg blev henvist til et andet nummer. (Flextrafik)
Prisforespørgsel	Problemet blev løst delvist, for hun kunne godt fortælle, hvad den billigste løsning var, men gav mig en hjemmeside, hvor jeg kunne læse mere end det hun kunne fortælle.
Prisforespørgsel	Hun kunne ikke fortælle en pris på rejsen.

12. Telefonisk Kundeservice - Midttrafik

Generel oplevelse af kundeservice

Målepunkt	Intern vægt	Bedømmelse	Kommentar
Følte du dig godt behandlet?	50 %	☺	24 af 25 følte sig godt behandlet.
Oplevede du som passager at blive sat i centrum?	50 %	☺	19 ud af 25 følte sig sat i centrum.
Svarede den leverede kundeservice til dine forventninger?	u.b.	☹	10 ud af 25 syntes ikke, at den leverede kundeservice levede op til deres forventninger.

Scenarie	Spm19. Svarede den leverede kundeservice til dine forventninger? - Nej, uddyb
Hittegods	Jeg fik en venlig behandling af medarbejderen, men kundeservicen levede ikke op til mine forventninger, da de ikke kunne svare på mit spørgsmål, men henvist til et andet trafiksselskab.
Hittegods	Jeg blev blot henvist til et andet nummer, og han kunne slet ikke svare mig på noget.
Planlægning	Hun havde ikke det store overblik og skulle bruge lidt tid på at finde ud af det hele.
Planlægning	Jeg havde jo regnet med at blive klogere på om der var et toilet på stationen.
Planlægning	Jeg forventede at kunne få svar på hele rejsen og at hun gerne ville gøre sig umage for at fortælle mig om hele rejsen. Dog ville hun kun forklare om den del af rejsen som Midttrafik kørte og ville ikke gøre sig yderligere umage for at finde informationer om den sidste del af rejsen.
Prisforespørgsel	Jeg havde forventet, at han ville beregne prisen for mig.
Prisforespørgsel	Havde forventet at få en bestemt pris, og måske bare høre en smule om andre muligheder.
Prisforespørgsel	Jeg forventede de ville kunne hjælpe, men det kunne de ikke, og ville heller ikke gøre noget forsøg, da det ikke var inden for deres kreds.
Prisforespørgsel	Jeg havde forventet, at han kunne hjælpe mig med en specifik pris. (spm. om ungdomskort)
Prisforespørgsel	Både og. Fik de informationer jeg skulle bruge, men hun informerede ikke hvilke busser jeg skulle med osv før jeg selv spurgte ind til det.

12. Online Kundeservice - Midttrafik

Sprog og tone

Målepunkt	Intern vægt	Bedømmelse	Kommentar
Var der venlig tone og stil på hjemmesiden?	100 %	😊	12 af 15 oplevede en venlig tone og stil på hjemmesiden.

12. Online Kundeservice - Midttrafik Overskuelighed

Målepunkt	Intern vægt	Bedømmelse	Kommentar
Blev du guidet videre fra forsiden til den relevante infoside / kontaktformular?	100 %	😊	11 ud af 15 oplevede at blive guidet godt videre fra forsiden.

Scenarie	Spm5. Blev du guidet videre fra forsiden til den relevante infoside / kontaktformular - Nej, uddyb:
Hittegods	Kun til en anden hjemmeside
Hittegods	Glemte sager findes ikke som defineret underpunkt, kom først frem da jeg søgte på ordne
Prissøgning	Nej, man skal selv gætte, hvor man skal navigere hen.
Rejseplanlægning	Jeg valgte billetguide, for at se hvad en billet ville koste. Her stod der at jeg kunne medbringe cykel i alle regionalbusser

12. Online Kundeservice - Midttrafik Funktionalitet

Målepunkt	Intern vægt	Bedømmelse	Kommentar
Blev hele hjemmesiden vist på den skærm, som du benyttede for at komme ind på hjemmesiden?	25 %	☺	11 ud af 15 fik vist hele hjemmesiden.
Kunne du læse typografierne og teksten på knapperne på dit skærbillede?	25 %	☺	Alle kunne læse typografier og tekst på skærbilledet.
Hvor mange klik tog det at komme fra hjemmesidens forside til den rigtige infoside / kontaktside / kontaktformular?	50 %	☺	Det tog i gennemsnit 3,6 klik at finde den rigtige side mod 5,4 for gennemsnittet af de øvrige selskaber. I gennemsnit tog det 4,6 klik at finde en pris, 1,5 klik at planlægge en rejse og 4,4 klik at finde information om hittegods.

12. Online Kundeservice - Midttrafik Brugervenlighed

Målepunkt	Intern vægt	Bedømmelse	Kommentar
Hvor lang tid tog det at finde frem til frem til den rigtige infoside / kontaktside / kontaktformular?	50 %	😊	Mediansøgetiden på tværs af henvendelsesårsag var 20 sekunder, hvilket er kortere end gennemsnittet for alle selskaber, hvor søgetiden er ca. 30 sekunder.
Var infosiden / kontaktsiden / kontaktformularen formuleret i et klart og forståeligt sprog?	25 %	😊	13 ud af 15 syntes, at den relevante webside var formuleret i et klart og forståeligt sprog.
Blev du i kontaktformularen afkrævet uklare og/eller nødvendige informationer?	25 %	-	Der blev ikke udfyldt kontaktformularer.

12. Online Kundeservice - Midttrafik Behovsafdækning

Målepunkt	Intern vægt	Bedømmelse	Kommentar
Indeholdt infosiden / kontaktsiden / kontaktformularen tilstrækkelig med information til at du kunne få løst dit problem / får svar på dine spørgsmål? <u>Udfyldelse af kontaktformular:</u>	100 % / 50 %	☺	5 ud af 15 syntest ikke, at siden indeholdt tilstrækkeligt med information til at få løst deres problem.
Var der på kontaktsiden / i kontaktformularen en klar forventningsafstemning af omfang og tid for det videre forløb?	25 %	-	-
<u>Udfyldelse af kontaktformular:</u> Fik du svar på din henvendelse?	25 %	-	-

Scenarie	Spm10. Indeholdt infosiden / kontaktsiden / kontaktformularen tilstrækkelig med information til at du kunne få løst dit problem / får svar på dine spørgsmål? - Nej, uddyb:
Hittegods	Ingen konkret information om efterlysning af glemte sager
Prissøgning	Jeg skulle angive min rute på et kort, men kunne ikke skrive bynavnet, hvor jeg rejste fra, men skulle gætte hvor på på kortet, byen lå.
Prissøgning	Kortet var meget svært at arbejde i for at finde de rigtige byer i prisberegner - man skal kende geografi
Rejseplanlægning	Hvis jeg ikke på forhånd kendte alle regler i Midttrafik område vidste jeg ikke hvor jeg skullemede efter svar på hjemmesiden
Rejseplanlægning	Opgaven er : kan jeg få hjælp til at stige på en bus fra Viborg til Randers ned en kørestol. Kunne ikke finde ngt generelt. Jeg finder handicapkørsel under FlexTrafik.

12. Online Kundeservice - Midttrafik Afslutning af sagen i samme session

Målepunkt	Intern vægt	Bedømmelse	Kommentar
Fik løst dit problem / svar på dit spørgsmål i løbet af dit besøg på hjemmesiden?	100 %	😊	11 ud af 15 fik løst deres problem på hjemmesiden.
<u>Hvis problem ikke blev løst:</u> Fik du anvist alternative løsningsmuligheder?		😊	I 3 af 4 tilfælde blev der anvist en alternativ løsning.

Scenarie	Spm13a. Fik løst dit problem / svar på dit spørgsmål i løbet af dit besøg på hjemmesiden? - Nej, uddyb:
Hittegods	Blev kun henvist til et andet trafikselskab (Ikke muligt at udfylde en kontaktformular)
Hittegods	løsningen krævede en opringning (Ikke muligt at udfylde en kontaktformular)
Prissøgning	Jeg kunne ikke få en samlet pris oplyst.
Rejseplanlægning	Der er ingen info om det. (mulighed for at medbringe kørestol i bussen)

12. Online Kundeservice - Midttrafik

Generel oplevelse af kundeservice

Målepunkt	Intern vægt	Bedømmelse	Kommentar
Følte du dig godt behandlet?	50 %	☺	10 ud af 15 følte sig godt behandlet.
Oplevede du som passager at blive sat i centrum?	50 %	☺	9 ud af 15 følte sig sat i centrum.
Svarede den leverede kundeservice til dine forventninger?	u.b.	☺	11 ud af 15 syntes, at den leverede kundeservice levede op til deres forventninger.

13. Om Passagerpulsen

Passagerpulsen varetager passagerernes interesser og arbejder for at gøre det nemmere for trafikkselskaber og politikere at få viden om passagererne og deres syn på, hvad der er god kollektiv transport.

Udgangspunktet er brugerne af den kollektive transport, og med "passageren i centrum" gennemføres nationale undersøgelser om passagerens rejse fra dør til dør samt en række temaundersøgelser.

Passagerpulsen blev etableret 1. oktober 2014.

Tidligere undersøgelser

- Danskernes holdning til kollektiv transport (April 2017)
- Hvad har betydning for passagerernes tilfredshed med deres togrejse? (Marts 2017)
- Rejsekortet: Udvikling i kundetilfredshed (Marts 2017)
- Kendskab til Passagerpulsen (Februar 2017)
- Hvordan passagererne kontakter togselskaberne (December 2016)
- 2. Nationale Passagertilfredshedsundersøgelse (tog) (December 2016)
- Passagerernes ønsker til stationer (December 2016)
- Tilbringer-transportens indflydelse på togpassagerernes tilfredshed (Oktober 2016)
- Forsinkelers indflydelse på togpassagerers tilfredshed (Oktober 2016)
- Buspassagerers rettigheder ved forsinkelser (September 2016)
- Cykelparkering på stationer (September 2016)
- Periodekort på rejsekort - passagerernes ønsker til check ind og check ud procedure (September 2016)
- Togselskabernes information ved forsinkelser (August 2016)
- Togselskabernes rejsetidsgarantier - opfølgning (Juni 2016)
- 1. Nationale Passagertilfredshedsundersøgelse (tog) (Juni 2016) Passagerpulsens Kundeservicepris 2016 (Maj 2016)
- Passagerernes ønsker til kundeservice (Maj 2016)

Redaktion

Analyseansvarlig: Lars Wiinblad

Analysemedarbejder: Anders Albrechtsen

Kommunikationsmedarbejder: Astrid Grunert Rantorp

Studertermedarbejder: Danni Toftegaard Vander

Ansvarshavende redaktør: Projektchef Asta Ostrowski

Foto: Getty Images

Passagerpulsens hos Forbrugerrådet Tænk

Fiolstræde 17B

Postboks 2188

1017 København K

Tlf.: +45 7741 7741

Mail: passagerpulsens@fbr.dk

Web: passagerpulsens.taenk.dk