

Strategiplan 2017-2020



midttrafik



Flere tilfredse kunder er Midttrafiks vigtigste mål. Det skal nåes gennem en kompetent organisation, dygtige leverandører og et godt samarbejde med bestillerne.

Forord

Strategiplanen 2017-2020 er et instrument til at lede og styre virksomheden. Med udgangspunkt i de markeds- og rammevilkår Midttrafik opererer under, beskriver strategiplanen, hvilke resultater Midttrafik skal nå i de kommende 3 år.

Strategiplanen fastlægger de overordnede mål, mens Midttrafiks målstyringsprogram beskriver de konkrete mål og indsatser, så alle medarbejdere i Midttrafik ved, hvad de skal prioritere.

I de kommende år kommer vi til at arbejde mere med, hvordan vi kan anvende ny teknologi til at give kunderne en bedre service og til at effektivisere arbejdsgange. Og vi skal indgå i samarbejder som supplerer den almindelige kollektive trafik med individuelle transportmuligheder som fx delebiler, cykler og samkørsel.

Midttrafik skal på den ene side være meget visionær og teste de nye muligheder og på den anden side skal vi fastholde en stabil drift, god kvalitet og have styr på økonomien.

Strategiplanen udgør sammen med Midttrafiks Trafikplan styringsgrundlaget for Midttrafiks virke.

Trafikplanen

I samarbejde med kommuner og region vil Midttrafik udarbejde et strategisk net, der udgør en sikker grundstamme i den kollektive trafik. Nettet suppleres med regionale og lokale ruter med mere behovstilpasset frekvens.

Der indføres rutebaseret teletaxa til de små rejsestrømme. Teletaxa integreres fuldt og helt i den øvrige kollektive trafik, så den er koordineret med busser og letbane, og kunden kan betale med app og se den på Rejseplanen. Flextur vil fortsat være et tilbud for de kommuner, der ønsker det.

Trafikplanen vil også pege på centrale trafikale knudepunkter med gode publikumsfaciliteter, og i planen vil indgå bredere mobilitetsløsninger, der skaber bedre sammenhæng mellem kollektiv trafik og individuel transport som for eksempel samkørsel, delebiler og cykler.

Markedet og rammevilkår

Antallet af påstigere i Midttrafiks område er status quo, trods det at trafikarbejdet generelt er steget gennem de senere år. Stagnation er en landsdækkende tendens for busbranchen, mens togoperatørerne oplever en mindre stigning i antallet af påstigere visse steder.

Der er en række forhold, som taler imod flere kunder i den kollektive trafik. Danmark er på vej ind i en højkonjunktur med stigninger i reallønnen, større beskæftigelsesgrad og en højere tillid blandt forbrugerne. Historisk set tilgodeser højkonjunktur bilsalget, og salget af nye biler har da også være jævnt stigende de senere år. Bilbranchen lancerer til stadighed flere fordelagtige leasing og lejemuligheder på mikrobiler, som især har fået fat i de unge forbrugere.

Der ses også potentialer for flere kunder. Letbanen, som åbner en delstrækning i 2017, vil give den kollektive trafik et markant løft. Letbanen vil med stor sandsynlighed kunne tiltrække nye kunder og få eksisterende kunder til at rejse mere, især hvis der sikres god tilbringertrafik.

En generel befolkningstilvækst i Region Midtjylland er også et potentiale for den kollektive trafik, især for Østjylland og de store byer i regionen, som prognoser anslår vil stå for den største stigning i antallet af borgere.

Det er især blandt de yngre borgere, at der ses en tilflytning til de større byer.

Potentialet for flere kunder vil særligt være en mulighed i større byer, hvis der samtidig investeres i tæt busdrift og fremkommelighed, så busserne kører ofte og hurtigt og dermed opleves som et reelt alternativ til bilen.

Målet er at fastholde de 68 % af kunderne, som rejser ofte, så de forbliver loyale og anbefaler produktet til andre. Målet er også, at antal rejsende pr. køreplantime vokser med 1 % om året ved at arbejde på at få kunder, der rejser et par gange om måneden eller sjældnere, til at rejse mere.

Midttrafiks kunder

Midttrafik får viden om kunderne gennem systematiske kundeundersøgelser. Det giver et værdifuldt indblik i, hvor Midttrafik kan forbedre sig, og hvor fokus med fordel kan lægges for at gøre kunderne endnu mere tilfredse.

I perioden fra 2011 til 2016 er kundetilfredsheden fastholdt på tværs af samtlige transporttyper. Både de regionale busser, bybusser og lokalruter har en positiv NPS-score på mellem 10 og 21. Det betyder, at andelen af kunder der vil anbefale Midttrafik er større end andelen af kunder, som ikke vil anbefale. Det er især trykgheden i bussen, chaufførens venlighed og chaufførens kørsel, som opnår en høj vurdering af kunderne.

Over halvdelen af Midttrafiks kunder bruger bussen til og fra arbejde eller uddannelse. Knap halvdelen af kunderne er mellem 15-24 år, og to ud af tre af Midttrafiks kunder bruger bussen hver dag eller flere gange om ugen.

Midttrafiks kundegruppe er en heterogen gruppe, som har forskellige holdninger til kollektiv trafik. F.eks. er det mere end halvdelen af de unge kunder, som finder, at det er nemt at bruge den kollektive trafik, nemt at købe billet og nemt at finde information om rejsen. Blandt kunder over 60 år er det til gengæld kun hver tredje, som mener, at det er nemt at bruge den kollektive trafik. Især finder de ældre kunder, at det er svært at billettere og at regne prisen ud.

På tværs af alle segmenter er der forhold som de fleste er enige i, skal være i orden, når de rejser med Midttrafik. Først og fremmest skal det være let at få information om

køreplanter, priser skal være til at forstå, busserne skal køre som planlagt, og hvis de ikke gør, skal man have hurtig besked. Komforten skal være i orden, chaufføren skal yde en god service, og når man har brug for rejsegaranti, vil klage, eller vil have hjælp til hittegods, så skal vi være let tilgængelige og servicemindedede.

De unge borgere er meget digitale, de e-handler i stor stil, og de finder information og kommunikerer via mobilen på nettet. Ifølge DR's medieundersøgelse råder 95 pct. af de unge mellem 15 og 24 år over en smartphone. Undersøgelsen viser også, at alle generationer op til 65 år følger godt med i den digitale udvikling. Midttrafik skal udnytte danskernes positive digitale indstilling f.eks. ved at tilbyde mobile services, der kan bruges på farten.

Den kollektive trafik har et socialt sigte og er et tilbud til alle borgere. Derfor skal produktsortiment, betalingsmuligheder og services kunne bruges af alle. For eksempel foretrækker en del af den ældre del af Midttrafiks kunder at fastholde periodekort af pap, ligesom de foretrækker personlig betjening, det skal fremtidige indsatser også tage højde for. Og der er stadig ca. 5 pct. af befolkningen, som ikke bruger internet, primært de ældre. Fx bruger en tredjedel af alle 75-89 årige aldrig internet.

Udviklingstendenser

Inden for mobilitet ses flere megatrends, som på forskellige måder kommer til at få betydning for måden, vi tænker og planlægger den kollektive trafik på.

Lån eller leje af bil når man har brug for det; shared mobility vinder frem på bekostning af owned mobility, hvor man ejer sin bil.

Der er delte meninger om, hvordan shared mobility vil påvirke den kollektive trafik. Nogle mener, at deletjenester kan ses som en konkurrent, fordi tjenesterne især er attraktive for borgere i områder, hvor der i forvejen er gode busforbindelser. Andre mener, at deletjenesterne er det supplement, der kan være med til at fastholde kollektiv trafik i tyndtbefolkede områder. Uanset de delte meninger om shared mobility, så er tendensen, at den kollektive trafik suppleres med flere individuelle løsninger som f.eks. debiler.

En anden stor tendens er førerløse biler og busser. Førerløse busser kan være med til at højne trafikssikkerheden og et godt initiativ i forhold til trængselsproblemer. Et bredt politisk flertal i Folketinget har åbnet op for forsøgsordninger med selvkørende biler og busser. Midttrafik deltager gerne i udviklingsprojekter med interesserede ejere for at få nyttige erfaringer.

Inden for kundeservice er brugen af robotteknologi for alvor slået igennem, og der findes allerede meget velfungerende robotservices, som kan overtage de mest rutineprægede opgaver inden for kundeservice. Midttrafik skal gøre forsøg med robotteknologi fx. i forhold til de flere hundrede henvendelser om priser og tider,

som vi dagligt modtager. Tiden kan i stedet bruges på mere værdiskabende opgaver.

Mål i strategiplan 2017-2020

Tilfredse kunder

Midttrafiks vigtigste mål er tilfredse kunder. Midttrafik skal arbejde på at fastholde kunderne, og sekundært forsøge at få lejlighedsvis rejsende til at bruge busserne mere. Midttrafik har særligt fokus på de unge kunder, ikke kun fordi de er mange, men fordi de er trendsettende for resten af samfundet. Strategiplanen beskriver de overordnede indsatser, der skal til for at nå målene.

Dygtige leverandører

Dygtige leverandører er en forudsætning for at nå målet om flere tilfredse kunder. Strategiplanen beskriver de væsentligste indsatser, der skal iværksættes i et samarbejde med leverandørerne.

Tilfredse bestillere

God kollektiv trafik kræver et godt samarbejde med bestillerne. Strategiplanen beskriver de områder, Midttrafik skal have fokus på for at få tilfredse bestillere.

En kompetent og effektiv organisation

Strategiplanen beskriver de overordnede indsatser, der skal sikre, at Midttrafik har tilfredse og dygtige medarbejdere og en kompetent og effektiv organisation.

Tilfredse kunder

De unge er en central målgruppe for Midttrafik. De unge er trendsettere og påvirker resten af samfundet med deres vaner. Vi skal give de unge gode oplevelser, når de rejser med os, så de anbefaler busserne og tager deres transportadfærd med videre i livet.



Overordnede mål

- Fastholde kunder
- Få lejlighedsvisrejsende kunder til at rejse mere
- Særligt fokus på de unge

Særlige fokusområder i 2017-planen

- Fastholde en god basiskvalitet
- Tilbyde en flerstrengt kundeservice
- Gå fra massekommunikation til mere målrettet kommunikation
- Forsøg med mere selvbetjening på basisviden
- God og rettidig information og nemmere billettering
- Udbygge vores viden om kunderne
- Inddrage kunderne mere i løsningerne

Midttrafik skal fortsætte med at arbejde for, at kunders og borgeres holdning til den kollektive trafik forbedres. En landsdækkende undersøgelse viser, at det kun er omkring 20 pct. af alle kunder, der mener, at deres venner og bekendte er positive overfor kollektiv trafik, og kun 17 pct. af de unge mellem 18 og 24 år mener, at de får value for money, når de rejser med kollektiv trafik.

Hvis kunderne skal have en positiv holdning til Midttrafik, så skal vi leve-re hver gang, og vi skal altid holde, hvad vi lover.

God basiskvalitet

Midttrafik skal i de kommende år fortsætte med initiativer, der skal fastholde og forbedre kvaliteten i og omkring busserne. Det er fx gennem mere incitament for busselskaberne til at skaffe tilfredse kunder, øget kvalitetskontrol på busmateriel så produktet altid er i orden og uddannelse af chauffører så kunderne får en god oplevelse, når de kører med busserne.

Busser til tiden er en forudsætning for tilfredse kunder. Midttrafik har investeret i realtidsudstyr i alle busser, så Midttrafik (og kunderne via Midttrafik Live) til enhver tid kan følge med i rettidigheden. Vi skal systematisk overvåge rettidigheden og skal komme med anbefalinger til kommunerne om, hvad de kan gøre for at sikre bus til tiden.

For at give busselskaberne et ekstra incitament til at gøre det bedre og skaffe tilfredse kunder, skal bonusprogrammet, Midttrafiks bedste busselskab, udbygges og indarbejdes i kontrakterne. Bonussummen forhøjes, så busselskaberne får et reelt incitament for at levere en ekstra høj kvalitet.

Kontrakterne mellem busselskaberne og Midttrafik skal bakke op omkring Midttrafiks udvikling f.eks. digital kommunikation mellem parterne og bussens indretning ud fra kundernes ønsker. Kontraktindhold skal derfor løbende revideres, så det sikres, at kontrakterne ikke bliver en hindring for den ønskede udvikling.

Midttrafik udliciterer i 2018 al billet- og kvalitetskontrol. I den forbindelse opgraderes kvalitetskontrollen, så Midttrafik får pålidelig dokumentation for, om vi får den lovede kvalitet fra leverandørerne. Hvis leverandørerne ikke leverer, skal der ske en effektiv opfølgning, og eventuelle fejl skal rettes hurtigt.

Udover kvalitetskontrollen skal der foretages løbende målinger af kundetilfredsheden, så vi ved, hvor vi skal sætte ind og hurtigt kan handle på eventuelle problemer i driften. Tilfredshedsmålinger suppleres med mere kvalitative målinger, så vi får bedre input til fremtidige løsninger.

Endvidere skal Midttrafik fortsætte med uddannelsesprogrammet Fly High, hvor målet er at dygtiggøre chauffører og driftsledere inden for kundeservice, så kunderne altid møder smilende og dygtige chauffører.

Flerstrengt kundeservice

Midttrafik møder kunderne gennem flere forskellige kanaler.

10 pct. af kunderne foretrækker at kontakte et salgssted eller chaufføren for at få information om rejsen, og 20 pct. af kunderne foretrækker fortsat den skriftlige information, som de kan få f.eks. ved udlagte materialer i bussen eller køreplantavlen ved stoppestedet.

Grundstammen i information til kunder vil fortsat være Midtrafiks kundecenter, men i takt med den øgede digitalisering skal Midttrafik udvikle flere selvbetjeningsløsninger, der sikrer, at kunderne får svar i realtid, uanset hvor og hvornår de ønsker vores hjælp.

Det er afgørende, at nye løsninger udvikles til brug på mobiltelefonen, så kunderne kan bruge Midttrafiks ydelser, når de er på farten. Endvidere skal vi i højere grad udnytte mulighederne for at lave mere individuel kundeservice, der er målrettet den enkelte kunde. Det kan f.eks. være forstyrrelser i driften som pushes via mobiltelefonen.

Der skal også laves forsøg med elementer af kunstig intelligens, som giver kunderne en automatisk selvbetjening om alt fra priser, køreplaner til godkendelse af rejsegaranti.

Generelt giver øget selvbetjening mulighed for at give kunderne en god service døgnet rundt, samtidig med at Midttrafik får frigjort ressourcer til andre opgaver.

Facebook, som stadig er danskernes foretrukne sociale medie, fastholdes som informationskanal, fordi mediet er en god mulighed for at nå mange kunder hurtigt, for eksempel når der skal informeres om driftsforstyrrelser og nye produkter. Udover at måle på antallet af brugere, der synes godt om Midttrafik, skal vi sikre, at dialogerne på Facebook i højere grad bruges til at overvåge kundernes interesser og vurdering af Midttrafik.

Nem billettering

Undersøgelser viser, at det stort set er alle kundegrupper, som finder, at det er svært at forstå takstsystemerne.

Det er en særlig udfordring, at den

kollektive trafikks takstsystem og prispolitik er uigennemsigtig og vanskelig at forstå.

Trafikselskaberne og togoperatørerne gennemfører Takst Vest i 2018. Formålet med Takst Vest er at gøre priser mere overskuelige, samtidig med at det fastholdes, at kunderne relativt let kan skifte mellem bus og tog med én billet. Sideløbende med Takst Vest skal Midttrafik forfine billetguide og prisberegner, så kunderne let kan regne prisen, og vores salgspersonale har gode arbejdsredskaber.

Kunderne skal have frit valg mellem forskellige betalingsplatforme, så de kan vælge den betalingsform, de er mest komfortable med. Midttrafik skal arbejde for at tilbyde kunderne én platform for dynamisk information og billettering.

Information på farten

Alle undersøgelser viser, at god information før, under og efter rejsen har stor betydning for kundernes tilfredshed.

Midttrafik skal fortsætte kursen med at udvikle tjenester, som kunderne kan bruge, når de er på farten, og vi skal udnytte, at vi kan nå langt de fleste kunder via mobilen.

Når der af og til er noget, som forstyrrer bustrafikken, skal vi fastholde muligheden for hurtig og præcis besked via Facebook og hjemmeside, som begge er udviklet til mobilen. Fremadrettet skal vi udbygge Midttrafik Live og lignende tjenester, som sikrer målrettet information til den enkelte kunde.

På stationer, i busser og en lang række offentlige og private virksomheder står der informationsstandere, der leverer almindelige køreplanoplysninger

og diverse infotainment. I takt med at smartphonen er blevet hvermandseje, og der er dukket nye muligheder op for mere målrettet individuel information, er det vigtigt, at Midttrafik reviderer og tilpasser løsningerne, så de svarer til den nye virkelighed og kundernes behov.

Brugerindflydelse

Det er vigtigt, at Midttrafik får indsigt i kundernes behov og handlinger, så vi bedre forstår, hvorfor de opfatter den kollektive trafik, som de gør. Det er ikke nok at spørge, hvad de kunne tænke sig, vi skal også fokusere på deres konkrete oplevelser med de nuværende produkter og services f.eks. ved at invitere kunder med i beslutningsprocesserne eller ved at observere, hvordan de unge bruger vores produkter og services.

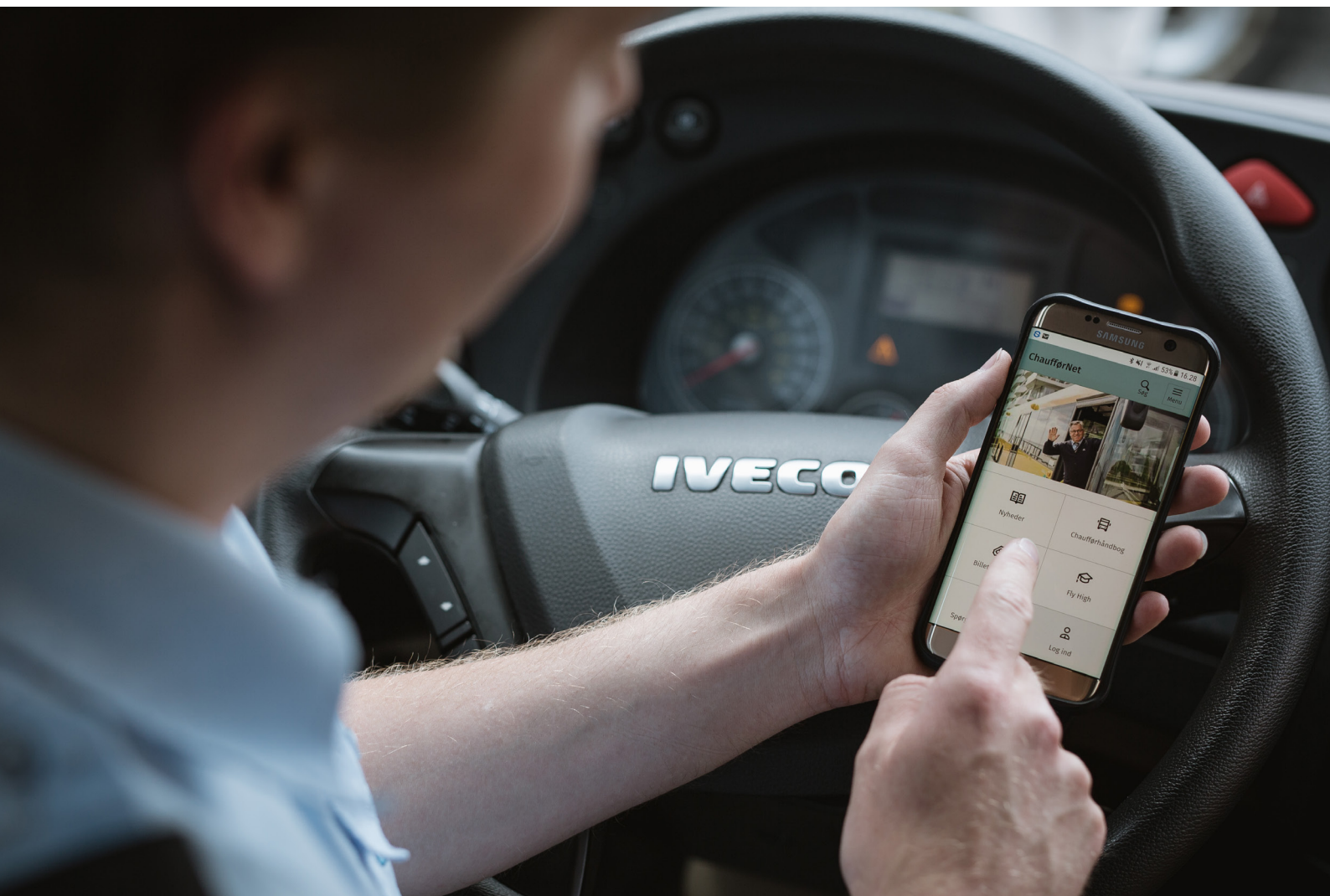
Kundernes tilbagemeldinger skal gøre os klogere på, hvor udfordringerne er, og vi skal være bedre til se ud over eksisterende løsninger, så der kan skabes nye og innovative løsninger.

Midttrafik har flere eksempler på, at brugerindflydelse giver gode løsninger, det er f.eks. betalingsapp'en, hvor udviklingen afspejler kundernes ønsker. Midttrafiks bedste busselskab er også et udtryk for brugerinddragelse, hvor det er kunderne, som afgør, hvilket busselskab, som leverer den bedste service og dermed får bonus.

Målet er, at Midttrafik fremstår som en åben og lyttende organisation, og at vi bruger kundernes forbedringsforslag til at lave endnu bedre produkter.

Dygtige leverandører

Chaufførinformationen bliver digital - det betyder hurtigere kommunikation, mere visuel kommunikation og muligheder for at tilpasse informationen til den enkelte chaufførs spørgsmål og udfordringer.



Overordnede mål

- At opnå dygtige leverandører
- At give leverandørerne de bedste forudsætninger for at levere god kvalitet

Særlige fokusområder i 2017-planen

- Digitalisering af information og kommunikation
- Samarbejde og inddragelse
- Fortsat fælles uddannelse i kundeservice
- Incitament for glattere kunder

Information og samarbejde

Leverandørerne og deres ansatte skal fremover finde information via Chaufførnet. Chaufførinformation og -vejledninger bliver digitale, med de fordele det giver for at kommunikere visuelt og mere målrettet svare den enkelte chaufførs spørgsmål og udfordringer.

Chaufførnet rummer også mulighed for direkte dialog mellem Midttrafiks Trafikservice og leverandører/chauffører om spørgsmål, der vedrører driften eller betjening af kunder.

Chaufførnet skal fremadrettet rumme mulighed for e-læring, for eksempel videosekvenser for de chauffører som foretrækker at tilegne sig viden på denne måde.

Midttrafiks mål er at sikre, at chaufførerne, så hurtigt som muligt, får relevant information om driften, så de er klædt på til at møde kunderne. Målet er også at sikre, at der sker en gradvis overgang fra papirinformation til digital information.

Bod og bonus

Midttrafik skal udbygge Midttrafiks bedste busselskab, hvor kunderne, gennem simple målinger afgør, hvilket busselskab der leverer den bedste service og dermed skal have bonus.

Midttrafiks mål er, at Midttrafiks bedste busselskab udbygges og bliver den model, som incitamentsbetaling hviler på, og at bonussen har en størrelse, så den har reel betydning for selskaberne. Midttrafiks bedste busselskab skal ind i samtlige kontrakter, så selskaberne ved, hvad de kan regne med, når de leverer godt. Hvis et selskab ikke leverer som aftalt, skal vi konsekvent udnytte kontraktens bestemmelser om bodgivning.

Uddannelse i kundeservice

Generelt er der stor kundetilfredshed med chaufførernes service, og det er godt, fordi alle undersøgelser viser, at chaufføren har overordentlig stor betydning for kundernes oplevelser af den kollektive trafik.

Gode og dygtige chauffører giver glade og tilfredse kunder. Midttrafiks chaufføruddannelse inden for kundeservice, Fly High, skal udvikles med udgangspunkt i kundernes ønsker til, hvad der gør en god chauffør.

24/7 beredskab

Driftsforstyrrelser er ikke kun til gene for kunderne, men besværliggør også chaufførernes arbejde. Midttrafik har derfor oprettet et døgnberedskab, der giver mulighed for hurtig indberetning og videreformidling af ting, som forstyrrer driften.

Der skal arbejdes på at forbedre systemerne til indberetning af driftsforstyrrelser, så arbejdsgangen bliver mere effektiv, og så informationen hurtigere kan videreformidles til øvrige interessenter.

Midttrafik har oprettet et beredskabscenter, der overvåger driften og sikrer koordinering mellem busselskaberne, så kunderne hurtigt får besked, hvis f.eks. en snestorm betyder, at busserne holder stille.

Tilfredse bestillere

Midttrafiks opgave rummer proaktiv rådgivning om god kollektiv trafik, samtidig med at vi sikrer god stabil drift, så bestillerne oplever, at de får værdi for pengene.



Mål

- At opnå tilfredse bestillere

Fokusområder

- God planlægning ud fra bestillerens ønsker
- Proaktiv rådgivning på alle forhold omkring kollektiv trafik
- Sikre stabil drift og god kvalitet så bestillerne får værdi for pengene

Det er Midttrafiks kerneopgave at koordinere kommunernes og regionens ønsker og omsætte dem til sammenhængende effektiv kollektiv trafik for kunderne inden for den givne økonomiske ramme.

Midttrafik skal sikre, at bestillerne får mest muligt kollektiv trafik for pengene.

Udbud af kørslen skal gennemføres med mest mulig konkurrenceudsættelse og brug af alle værktøjer for at sikre den balance mellem pris og kvalitet, som ejerne ønsker.

Planlægning og rådgivning

Midttrafik skal tilbyde rådgivning om bredere mobilitetsløsninger, hvor det f.eks. handler om bedre samspil mellem kollektiv trafik og mere individuelle transportformer som delebiler, samkørsel og cykler - både i knudepunkter og som digital transporttjeneste. Det har Midttrafik fx gjort i samarbejde med de to Djurs kommuner og regionen.

Køreplanlægningen skal tilbyde de produkter, som efterspørgslen tilsiger og ramme de målsætninger, ejerne har.

Midttrafik skal levere rådgivning om alle kollektive transportformer: Letbane, bybusser, X-busser, traditionelle busruter med store og små busser, teletaxa og flextur.

Når ejerne har truffet beslutning, skal Midttrafik sørge for, at de forskellige produkter hænger sammen og er nemt at bruge for kunderne. Midttrafik skal også sikre, at der er et godt samspil mellem tog og busser.

Indtægterne i den kollektive trafik skal fastholdes, og det gøres ved at

øge kundetilfredsheden.

Midttrafik bistår også gerne ejerne om effektivisering af forskellige former for kommunal kørsel, hvad enten det sker gennem støtte til udbud og overordnet planlægning eller egentlig trafikstyring og konkret tilrettelæggelse af kørslen – sammen med regionens patienttransport, kommunernes handicapkørsel og andre former for kørsel.

En grøn profil

Har en ejer særlige miljø- og klimamønsker, kan Midttrafik rådgive om tiltag til at reducere brændstofforbrug, reduktion af CO₂-udslip og begrænsning af luftforurening. Midttrafik har viden om alle typer brændstoffer: El, brint, gas, hybrid, biodiesel mv, og laver gerne business-cases til ejerne.

Stoppesteder

Kommunerne og staten har ansvaret for stoppesteder og stationer.

Bestillerne kan trække på Midttrafiks erfaring i indretning af disse, så kunderne får en god oplevelse. I den kommende periode vil Midttrafik arbejde for udbredelsen af det digitale stoppested.

Stabil drift og høj kvalitet

Driften skal være stabil og leve op til den kvalitet, der fremgår af kontrakterne. Kunderne skal kunne stole på kørslen. Andelen af udgåede ture, der pt. er 0,1 pct. skal begrænses til et absolut minimum.

Kørslen skal være så rettidig som mulig. Det er især en stor udfordring i større byer i myldretiden. Realtidsystemet hjælper både selskaber og kunderne til at begrænse den negative oplevelse ved forsinkelser.

I Midttrafiks rådgivning af større bybuskommuner indgår vurdering af

forskellige forslag til bedre fremkom-
melighed for busserne. Midttrafik vil
øge indsatsen vedr. kvalitetskontrol
i og omkring busserne for at sikre,
at det er vedligeholdte og rengjorte
busser, der kører rundt i hele Midtjyl-
land. Kundeklager over driften hånd-
teres hurtigt af administrationen. På
extranettet skal hver bestiller løbende
kunne se dokumentation for, hvordan
det står til med kvaliteten af driften.

Løbende effektiv økonomistyring

Der skal være styr på økonomien,
og ejerne skal informeres om større
ændringer, samt have anbefalinger til
handlinger, der bringer overensstem-
melse mellem budget og faktisk øko-
nomi.

Midttrafik råder over oplysninger om
økonomi for hver enkelt rute, både
vedr. udgifter og indtægter, og har
løbende automatiske passagertæl-
linger, der kan bruges til at tilpasse
kørselsomfanget.

Med mellemrum spørger Midttrafik
bestillerne, administrativt og politisk,
om deres tilfredshed med Midttrafiks
ydelse og evalueringen bruges til at
forbedre indsatsen. En gang om året
afholder Midttrafik strategiske bestil-
lermøder, hvor hver enkelt ejer får
rådgivning om alle forhold inden for
den kollektive trafik.

En kompetent organisation

Digitalisering er ikke forbeholdt bestemte afdelinger, men noget som vedrører os alle. Vi skal sikre, at Midttrafik gennemgår en god omstillingsproces, så alle i organisationen er klædt på til og føler sig trygge i den digitale virkelighed.



Mål

- At fastholde tilfredse medarbejdere
- At dygtiggøre ledere og medarbejdere
- At ansætte de rigtige medarbejdere

Fokusområder

- At iværksætte en digital omstillingsproces
- At fastholde målstyring og omkostningsbevidsthed
- At viderudvikle organisationens kundefokus

Midt i en digital omstillingsproces

Digitalisering er ikke et valg, det er et vilkår, og spørgsmålet er ikke, om vi skal digitalisere men hvornår og hvad. Danskerne er generelt meget digitale, og det gælder i udpræget grad for Midttrafiks unge brugere, som udgør halvdelen af vores kunder.

Digitalisering handler kort sagt om at bruge ny teknologi til at forny, forenkle og forbedre - at Midttrafik skaber bedre produkter og smartere tjenester, som kunderne finder er enkle at bruge, effektive og pålidelige.

Midttrafik har taget de første skridt ud i digitaliseringen, og vi har lært, at digitaliseringen stiller nye krav til kompetencer, til organiseringsformen og til de eksisterende arbejdsgange.

Digitalisering er ikke forbeholdt bestemte afdelinger, men noget som vedrører os alle. Nu og i de kommende år forestår en stor opgave i at forklare, hvad digitaliseringen betyder for henholdsvis organisationen og den enkelte medarbejder.

Målstyring med udgangspunkt i kunderne

Midttrafiks målstyringsprogram sikrer gennemførelse af strategien.

For strategiplanens periode udpeges konkrete mål og nøgleaktiviteter, der skal sikre at strategiplanens overordnede mål nås. Målene nedbrydes til afdelings- og medarbejdermål.

På tværs af organisationen fastholdes tværgående mål som f.eks. telefonbesvarelsestid, sagsbehandlingstid, og på vores evne til at gennemføre projekter til tiden.

På personalesiden fastholdes tværgående mål for sygefravær, medarbejderomsætning og medarbejdertilfredshed.

For at kunne følge op på aktiviteter og mål indsamles og bearbejdes data hver måned og samles i en ledelsesrapport, så ledelsen i fællesskab kan vurdere målopfyldelsen og drøfte evt. ændrede prioriteringer, løbende forbedringer og udvikling.

Omkostningsbevidsthed i alle led

Midttrafik skal fortsat være landets billigste trafikselskab målt i administrationsudgifter i forhold til omsætning. Det kræver konstant prioritering og effektivisering, herunder omkostningsbevidsthed i alle organisationens led. Derfor er der til stadighed behov for at vurdere, om opgaver skal konkurrenceudsættes og eventuelt outsources. Der er behov for omkostningsbevidsthed i alle led, tydelig målopfølgning og sikring af arbejdsprocesser.

Midttrafik skal gennem effektive tilbud og god planlægning sikre ejerne omkostningseffektiv kørsel og årvågent sikre, at der er styr på økonomien.

Fortsat kompetenceudvikling

De løbende tilfredshedsmålinger blandt kunder, bestillere og leverandører skal fortsat bruges til at udvikle medarbejdernes og ledernes kompetencer, så organisationen til stadighed leverer gode resultater.

Tiltag der styrker kundefokus skal udbygges, det interne tværgående samarbejde skal fremmes, og evnen til at rådgive bestillerne om gode trafikale løsninger og service skal løftes.

Kundefokus

Der skal konstant være fokus på, at organisationen arbejder kundefokuseret, at vi har kundefokus med i alt fra strategi, projekter, rekruttering og til den daglige opgaveløsning og målstyring.

Vi skal vide, hvad kunderne ønsker, og hvordan de oplever kvaliteten i alle kontaktpunkter. Vores produkter og ydelser skal udvikles og drives for at imødekomme kundernes krav. Og ledelsen har et særligt ansvar i at være med til at sikre, at den enkelte medarbejder er bevidst, om hvilken værdi han eller hun skaber for kunderne.