

Gemensam bild av kunden ökar kundnöjdheten i kollektivtrafiken

Västtrafik, som ansvarar för kollektivtrafiken i Västsverige, har valt att arbeta mycket nära med sina partnerföretag som upphandlats i konkurrens. Under 1,5 år har 500 ledare utbildats med målet att ha en gemensam bild av kundens behov.

TEXT **Lars Westerlund** FOTO **Thomas Harrysson**

VÄSTTRAFIK ÄR SVERIGES näst största företag som utvecklar och samordnar kollektivtrafik. Varje dag genomförs 947 000 resor i den vanliga kollektivtrafiken med över 2 000 bussar, tåg, spårvagnar och båtar. Under en dag kör fordonen 47 500 mil vilket är nära tolv varv

runt jorden. De drygt 900 linjerna körs av partnerföretag.

Västtrafik har sedan många år tillbaka ett långsiktigt samarbete med sina partners för att utveckla verksamheten.

- Vi har bland annat tagit fram gemensamma affärsplaner tillsammans med

våra partners och vi har gemensamma ledningsgrupper. Det är viktigt att kunderna ser oss och våra partners som *ett* företag, säger Johan Sandström, kundstrateg på Västtrafik.

Våren 2016 inleddes en satsning på att fokusera ännu mer på kundernas



Västtrafik har under de senaste åren satsat hårt på digitaliseringen för att öka kundnöjdheten.



– Kunderna ska märka skillnad i alla mötessituationer, digitalt på webben, med förare på bussen eller via reseinformation på hållplatsen, säger Johan Sandström.

» upplevelse med det övergripande målet att få fler och nöjdare kunder att resa kollektivt.

– Kunderna ska märka skillnad i alla mötessituationer, digitalt på webben, med förare på bussen eller via reseinformation på hållplatsen, betonar Johan Sandström.

Beroende av varandras prestationer

500 ledare inom Västtrafik och partnerbolagen tränades i ett kunddrivet arbetssätt och ledarskap. I

utbildningarna blandade man ledare från olika nivåer för att öka medvetenheten om att man är beroende av varandras prestationer.

– Varje ledare har varit med på tre utbildningsdagar under 1,5 år. En stor del av utbildningar har skett i dialogform. Ledarna har nu en samsyn och gemensamma verktyg så att de tillsammans kan skapa förutsättningar och visa vägen för medarbetarna så att alla kan göra ett bra jobb för kunderna.

Han är imponerad över hur engagerade Västtrafiks partners är i utvecklingsarbetet.

– De är helt med på noterna när det gäller att testa nya arbetssätt.

Fokus i träningen var att utveckla relationerna mellan Västtrafik och partners i syfte att göra vardagsförbättringar som kunderna kan uppleva. När det gäller utbildningen tog Västtrafik hjälp av konsultföretaget Rött, som bland annat arbetat med Systembolaget.

Gemensam bild

Johan Sandström menar att det allra viktigaste resultatet av satsningen är att alla inom Västtrafik och deras partners nu har en gemensam bild av kunden. Man har skapat gemensamma förutsättningar för alla ledare – ett gemensamt språk och en gemensam verktygslåda. Vidare har ett HR-råd som driver gemensamma frågor med representanter från alla partnerföretag bildats.

– Nu pratar vi om kunden på samma sätt och har etablerat ett gemensamt önskeläge när det gäller kundrelationen.

Johan Sandström konstaterar att en viktig del i satsningen har varit att få de icke-kundmötande medarbetarna att inse vilken stor effekt på kundmötet deras arbete med skapande av rätt förutsättningar för kundmötande medarbetare har.

Resultatet har även visat sig i förbättrade resultat i kundnöjdhet. Men Johan Sandström vill ännu inte dra för stora växlar på detta.

– Vi har bara sett resultatet från ett kvartal där det var en viss uppgång i kundnöjdheten. Jag vill se

»Utvecklingen inom det digitala området går snabbt och det gäller att hänga med så att vi kan klara kundernas krav.«

några till innan jag kan utesluta att det handlar om tillfälligheter.

Fokus på digitalisering

Västtrafik har under de senaste åren satsat lite extra på två utvecklingsområden för att öka kundnöjdheten. Det ena är att öka kundens kunskap om störningar i trafiken. En del i detta var etableringen av Trafikverkets och Västtrafik gemensamma trafikinfocenter på Göteborgs Centralstation som öppnade den 21 december.

– Här ska resenärerna snabbt kunna få information om när det inträffar störningar i tågtrafiken, berättar Johan Sandström.

I trafikinfocentret ger informatörer information på plats när den behövs som allra mest. När trafiken flyter på kan personalen svara på allmänna frågor och hjälpa till med upplysningar. Men så fort det inträffar störningar är det första prioritet att hjälpa de resenärer som drabbas.

Hur man köper biljett är en annan fråga som Västtrafik prioriterat. Här har de satsat hårt på digitalisering av tjänsterna. Var tredje biljett köps idag i appen Västtrafik To Go som funnits sedan våren 2016.

– Vi ska under våren också koppla störningsinformation till den appen. Utvecklingen inom det digitala området går snabbt och det gäller att hänga med så att vi kan klara kundernas krav, säger Johan Sandström.

Om tre år tror han att tre av fyra kunder köper sin biljett i appen. Intresset för att köpa biljett på det här sättet har ökat. Nu säljs mer än en miljon biljetter i månaden via appen. Tillväxten är fortsatt stark och Västtrafiks mål för 2018 är att sälja för en miljard kronor.

2017 kom en rad nyheter i appen. Bland annat möjligheten att låna ut sin periodbiljett till vänner och familj. En annan populär nyhet är att betala sin biljett med swish.

Det infördes också återbäring för den som reser ofta, men inte så ofta att periodbiljett lönar sig. Om man gör fyra resor inom loppet av sju dagar får kunden tillbaka 20 procent av kostnaden, pengar som sätts in i kassan i appen och kan användas till nya resor.

Appen fortsätter att utvecklas och i år kommer Västtrafik bland annat titta på hur de kan göra informationen i appen mer personlig. ✕



90 ÅRSERIK
HISTORISKA
KONTROLLE

Februari 2017,
Marsabit, Kenya

EN AV 20 MILJONER ANLEDNINGAR ATT BRY SIG

I det tysta pågår just nu den värsta hungerkrisen på flera år. 20 miljoner riskerar svält om vi inte agerar nu. 1,4 miljoner av dessa är barn. **Stöd vårt arbete på plats!**

#StoppaHungern

» Swisha valfri gåva till **123 031 0748**
» Sms:a **AKUT HUNGER** till **72 900** så skänker du 100 kronor

RödaKorset

Genom att sms:a eller swisha godkänner du att bli kontaktad av Röda Korset. Dina personuppgifter hanteras enligt PUL.



Black Belt-utbildning

Lönsamma och effektiva förbättringar

Nästa kursstart 12 mars 2018

Du får gedigna kunskaper och lär dig använda resultatnriktade metoder för att leda lönsamma och väsentliga förbättringar i er verksamhet. Under utbildningen genomför du också ett eget, skarpt förbättringsprojekt som i regel både betalar utbildningen med råge och leder till fortsatt lönsamt förbättringsarbete i verksamheten. Du lär dig samtidigt axla rollen som förbättringsledare. Black Belt-utbildningen omfattar 22 dagar fördelade på 8 block och en uppföljande workshop.

sandholm.se

