

Presentasjon

Strategi og bærekraft i Ruter

Frode Hvattum, Strategisjef Ruter



M2016

Hva skal til – for at kollektivtrafikken, sammen med sykkel og gange, tar veksten i den regionale persontrafikken ?



Urbanisering



Digitalisering



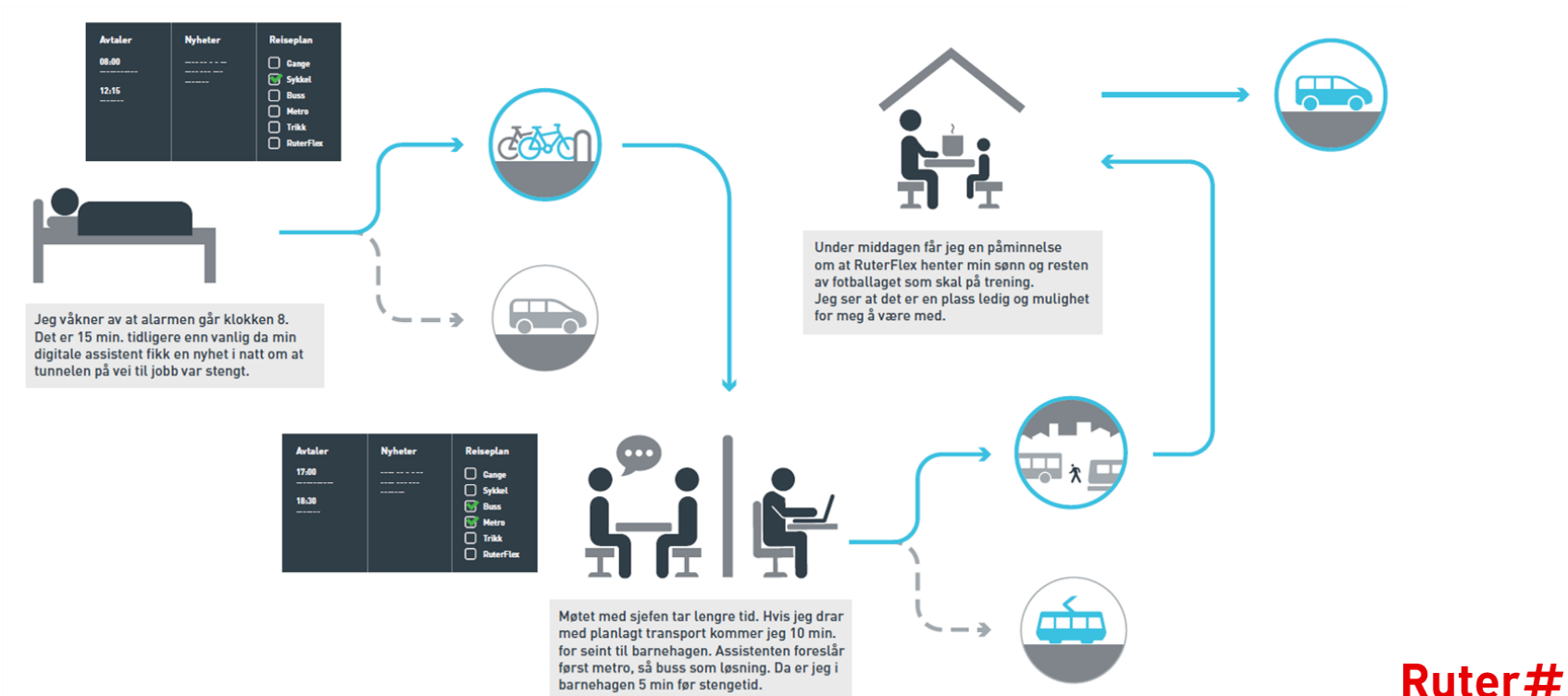
Individualisering



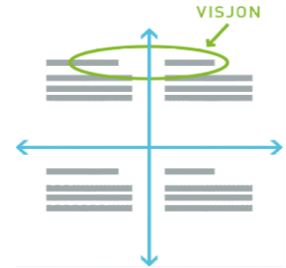
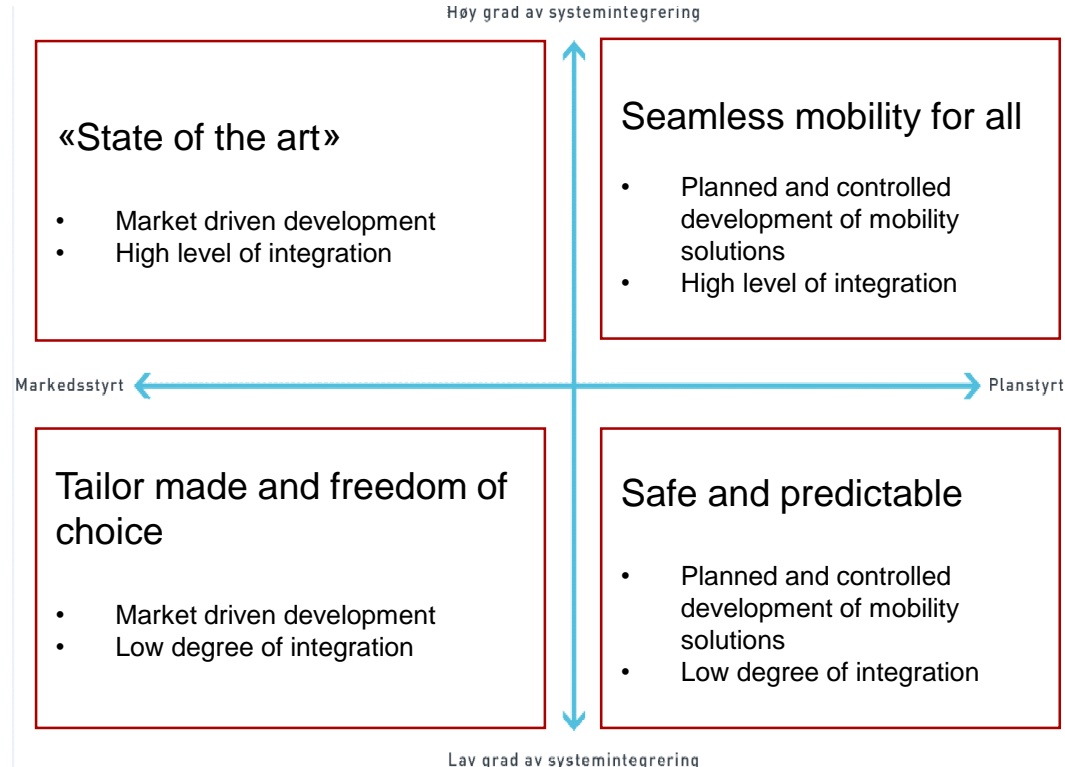
Bærekraft

Ruter#

2015: Vi gikk fra å beskrive tiltak til å forsøke å adresse behov



2015: Ambisjon om å jobbe mot integrerte løsninger i samspill med andre



Utvikling i mobilitetsbransjen

Elektrisk



Miljøvennlig, reduserte kostnader

Selvkjørende



Reduserte bilkostnader, økt sikkerhet, mer optimal utnyttelse

Tilkoblet



Personalisert kjøreopplevelse

Delt



Alternativ til å eie egen bil, reduserte kostnader og fleksibilitet

Nye konkurranseposisjon for bilen (miljø, kostnader, mulighet til å gjøre andre ting enn å kjøre)

Ruter#

2018: Vi vil skape bevegelsesfrihet..



... på en måte som gjør at vi når våre ambisiøse mål for samfunnet



Ruters
samfunnsregnskap:
Hva får man igjen for
hver kroner investert
i Ruter?

$$\frac{8046 \text{ mill. kr}}{1790 \text{ mill. kr}} = 4,5$$

Bærekraftig Bevegelsesfrihet

FNs bærekraftsmål
- Kollektivtrafikkens bidrag -



Fremtiden
- Mobilitet i endring – hva slags fremtid skaper vi som offentlig eid selskap?



Ruter#

Hva vil være fokusområder for 2019 som vi kan ha behov for støtte fra strategirådgivere?

1

Strategisk fokus framover: Hvordan bruke FNs bærekraftsmål som styringsverktøy



Strategy	●	●	●	●	●	●	●	●
KPIs					●		●	
Tools	● ●				● ●	● ●	● ●	
Competence	●	●	●	●	●	●	●	●

Vi vurderer om vi kan utvikle en enkel digital løsning som kan hjelpe oss styre etter bærekraftsmålene?

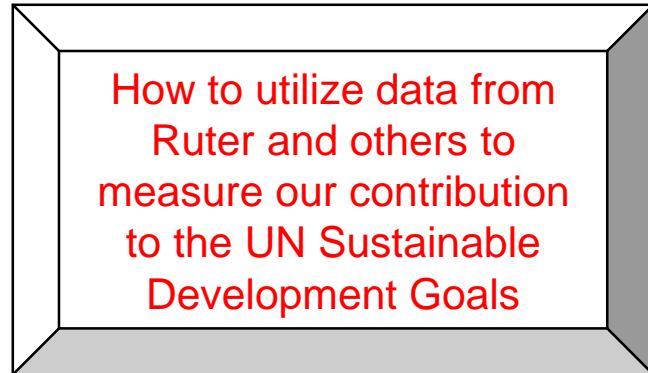
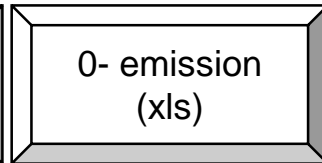
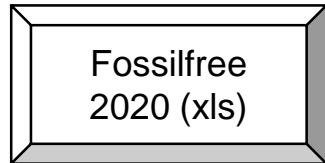
Today

Future?

SDGs



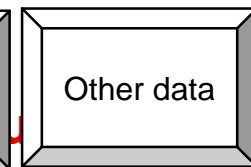
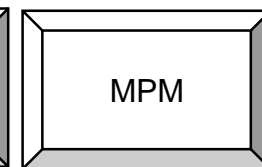
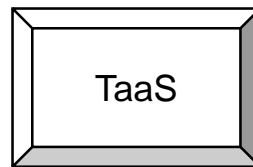
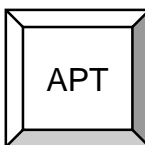
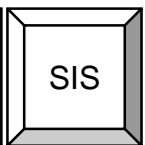
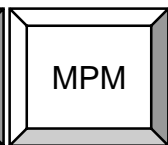
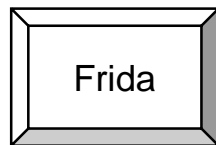
Performance measurement tools



Working tools/Report



Data input / Data collection tools



Strategisk fokus nr 2: Ruters neste strategiske plan

- Fase med sterk utvikling - viktig med en sterk visjon og løpende strategiarbeid

M2020 – digitalt og levende dokument

- utenfra-og-inn visjon
- brukersentrisk
- kombinerer langsiktig visjon og retning med kortsiktige og fokuserte utviklingsbehov

Utgangspunkt

- eksterne utviklingstrekk (trender)
- læringen fra M2016, markedsstrategi og bærekraftstrategi og annet
- Relevante andre mål og føringer fra eiere
- Andre behov og forventninger



Strategi 1.0

- God visjon, effektiv påvirkning
- Lite involvering og eierskap
- Innenfra og ut



Strategi 2.0

- God visjon, effektiv påvirkning
- Større involvering og fragmentert eierskap
- Utenfra og inn (marketsfokus)



Strategi 3.0

- Tydeligere visjon, effektiv påvirkning
- Effektiv involvering og bredt eierskap
- Utenfra og inn (kundesentrisk)

3

Strategiske fokus 3: Strategisk endringsprogram: Et innsiktsdrevet Ruter



Kritisk for å lykkes

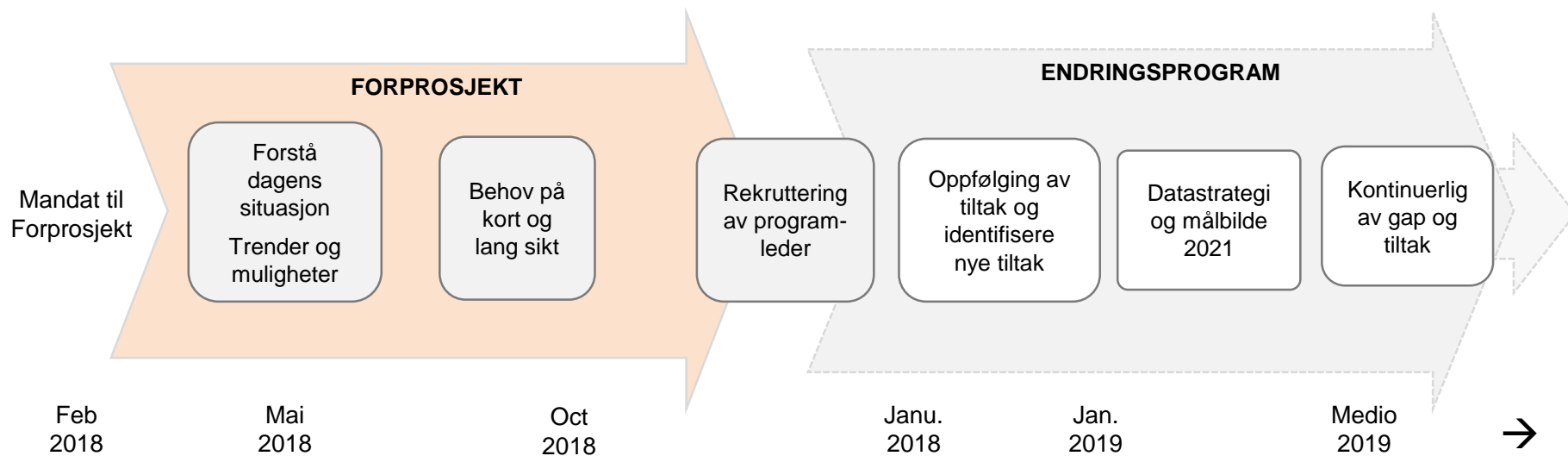


Krever mye



Sterkt mandat

Vi etablerer nå mandat for neste fase av endringsprogrammet og rekruttere en programleder



En innsiktsdrevet Ruter – Fokusområder



ET INNSIKTSDREVET RUTER



Datadrevet og velinformert utvikling av nye kundetjenester og effektiv styring mot mål

Datadrevet og velinformert utvikling av innovative kundetjenester



Styringsdata for å effektivt styre mot Ruters visjon – i dag og i fremtiden



Muliggjørere: Kontinuerlig forbedring av prosesser, bedre læring og økt samarbeid

