



## Operatør- og partnerforum i Ruter 21.10.21

### Møtereferat

<b>Dato</b>	<b>21.10.2021</b>
<b>Tid</b>	<b>0800-0900</b>
<b>Sted</b>	<b>Ruter S/Teams</b>
<b>Deltakere fra operatører og samarbeidspartnere</b>	<b>Deltakere fra Ruter</b>
Cato Hellesjø (Sporveien) Margrete Hansen (Sporveien) Jafar Altememy (VKT) Per Nilsen (Vy buss) Jan Volsdal (Nobina) Øystein Svendsen (Unibuss) Atle Rønning (Norgesbuss) Cato Asperud (Sporveien) Heidi Wolden (Norled) Jarle Myrbø (Norled) Kjell Knarbakk (Unibuss) Magnus Hellerud Rongved (Sporveien) Birte Sjule (Sporveien) Marianne Vik (Sporveien) Kjetil Førsvoll (Boreal)	Bernt Reitan Jenssen Ellen Rogde Rune Pedersen Bjørn Auglend Siân Ambrose Gro Janborg Sjur Brenden Endre Angelvik Marit Leite Terje Storhaug Snorre Læggran Eirik Andersen Henrik Steinshamn Yvonne Waage Zita Asdal



Sak	Oppsummering	Underlag
1	<b>Gjenåpning v Bernt Reitan Jenssen, Ruter</b> Orientering om gjenåpning og trafikk tall. Hvordan skal vi rekruttere nye og gamle kunder til kollektivtrafikken?	PPT
	<b>Idémyldring – forslag tiltak for å rekruttere kunder</b>  <b>Vy buss, Per Nilsen</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Gjennomføre markeds kampanjer for alle kollektivtransportmidlene</li><li>• Kompetanseutvikling for førere, gjenoppta gode rutiner for billettkjøp, m.m.</li><li>• Redusere stress blant førere, jobbe sammen med dem for å rekruttere kunder</li><li>• Gjenoppta sjåførmøter – skape gode sosiale relasjoner mellom førerne</li></ul> <b>Norled, Heidi Wolden</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Videreutvikle Ruters <i>reis, reis, reis</i>-kampanje. Utvide til å gjelde flere aktiviteter i og utenfor Oslo. Bruke egne samarbeidspartnere og operatørers kanaler til å spre budskapet og spre kampanjesiden</li><li>• Arbeide for mer sømløse overganger mellom båt og andre transportmidler, som mikromobilitet og ordinær kollektivtransport, men også andre mobilitetsformer som bildeling. Kampanjer månedskort og årskort</li><li>• Markedsføre ferge som bærekraftig mobilitetsform</li><li>• Bruke turisme for å øke inntekter. Markedsføre spesifikt mot turister hele året. Samarbeide med Visit Oslo og Innovasjon Norge.</li></ul> <b>Nobina, Jan Volsdal</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Markedsføre månedskortet</li><li>• Lære av BaneNor, møte pendlerne på knutepunkter</li><li>• Øke frekvens for å øke passasjertall</li><li>• Vurdere mobile hånddesinfeksjonsbokser på kjøretøy/stasjoner</li><li>• Mobile vasketeam som er synlige og tilgjengelige</li><li>• For operatørene: kurse og bistå nye førere som ikke ennå har erfart å ta imot billetter på kjøretøy</li><li>• Løfte kundeservice til et nytt nivå</li></ul> <b>Unibuss, Øystein Svendsen</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Mobilisere alle ansatte i mobilitetsbransjen i hovedstadsregionen, nærmere 7000 personer. Ta i bruk brev, SMS, møter, buttons, T-skjorter, gå i dialog</li><li>• Bruke baksiden på bussen til kommunikasjon</li><li>• Benytte høytalersystemet og skjermer om bord til å takke for at kunden velger å reise kollektivt, "bekrefte kjøpet"</li><li>• I møte med kunden, skape kultur for å hilse og være hyggelig, dele ut boller og brus</li></ul>	



- I ruteplanarbeidet, kjøre mer ekspressbusser, færre bytter. Øke kollektivtransportens konkurransekraft i forhold til bilen på jobbreisen
- Arbeide for å synliggjøre belegget på avganger, særlig i rushtiden

#### **Boreal, Kjetil Førsvoll**

- Sørge for lik policy på alle kjøretøy mht åpning av fordør
- Automatisk oppdatering av månedskortet
- Tydelig formidle at kollektivtrafikken er trygg
- Kaffe og boller på enkelte stasjoner
- Takke kundene
- Motivere alle som ønsker å komme tilbake til å komme tilbake
- Se til AKT som har gjennomført Svipp-kampanje
- Nye båter kan bidra til å trekke kunder som tidligere har reist lite med båt

#### **Norgesbuss, Atle Rønning**

- Synliggjøre attraktiviteten ved jobbreisen, både på tid og hva man kan gjøre underveis.
- Se til Stavanger: hjem-jobb-hjem-kampanje, samarbeide med bedrifter om hvordan de enkelte ansatte kan reise mer kollektiv til jobb

#### **Sporveien, Margrete Hansen**

- Sporveien mobilisere hele organisasjonen
- Benytte høytalere, holdeplasser og stasjoner som virkemidler for å ønske reisende velkommen tilbake
- Invitere Ruter til å skape rammer for et samarbeid som alle operatørene kan bidra inn i
- Synliggjøre hva går billettinntektene til - det gode tilbudet, kvaliteten i kollektivtransporten. *Use it or lose it.*
- Bruke billettkontroll, reklameinntekter og skjermer på kjøretøyene til å øke inntekter.
- Bruk av data for målrettede budskap mot bilkjørerne. Arbeide med å nå denne gruppen.

#### **VKT, Jafar Altememy**

- Skape stemning for kunden: samlet de ansatte og samarbeidspartnere på Oslo bussterminal med DJ, ballonger, kanelboller, kaffe og reflekser. Gjennomføre på ulike knutepunkter, gi pendlere og barn (Barnas dag) en god start på dagen.
- Bruke kjendiser og sosiale medier til å spre budskap om kollektivtrafikken.
- Bidra som brobygger mellom Oslo, Viken og kollektivtrafikken
- Kundeverters med høy kvalitet på kundeservice. Kundevertene skal bidra til at alle som reiser skal ønske å reise igjen.



	<b>Veien videre v Sjur Brenden</b>	
--	------------------------------------	--

- Inviterer til samarbeidsmøter med alle operatørene for å arbeide videre med tiltakene