

Invitasjon dialogkonferanse 20. mars 2018
Digital tjenesteutvikling og dynamisk
innkjøpsordning i Ruter AS

1 Innledning

For Ruter er det irrelevant om det vi lager er en app, en webside, en reisebrikke eller romantisk belysning og personlig konduktør på 11-trikken. Vi skal gi innbyggerne i Oslo og Akershus friheten til å leve sine liv. For å få til dette må vi først og fremst produsere forståelse og kunnskap.

Vi må til enhver tid vite hva kundene våre ønsker, evne å omsette dette til faktiske behov, samtidig som vi forstår hvordan fremtidens forretningspotensiale ser ut. Vi trenger folk som kan hjelpe oss å avdekke behovene som finnes blant kunder og potensielle kunder. Vi trenger folk som kan ta denne innsikten videre og lage levende produkter som vi vet fungerer for kundene våre. Vi skal aldri tro, vi skal vite at det vi gjør er riktig for kunder og for forretning. Ved å bruke samlokaliserte tverrfaglige team, med sterke fagspisser, skal Ruter ligge fremst i bruken av fremtidsrettet designmetodikk for å lage de løsningene som fungerer best.

Ruter har utviklet sin egen metodikk for dette arbeidet. Den låner og stjeler av de beste metodikkene som finnes der ute. Det forventes at deltakerne i det tverrfaglige teamet til enhver tid er med på utviklingen av denne metodikken. For Ruter handler ikke tverrfaglighet om at hver fagdisiplin gir en leveranse inn til et produkt. Tverrfaglighet i Ruter handler om at alle fagdisiplinene sitter sammen hver dag, jobber med det samme og evner å sette seg inn i alle de andres fagområder. Som deltaker i våre tverrfaglige team skal du først og fremst ha forståelse for helheten, men også stålkontroll på detaljene.

Uansett om det er en digital løsning som leverer relevant og kontekstbasert personlig informasjon, fremtidsrettede betalingsløsninger, kundeinformasjon og kundestøtte i sosiale kanaler, eller digitale løsninger i kjøretøy, på holdeplasser, stasjoner og plattformer, må tilbyder jobbe sammen med oss på tvers av de digitale kontaktpunktene i kundereisen. Vi skal sammen se helheten både før, under og etter reisen

Ruter er ved et veiskille. Vi leverer fremdeles kundeløsninger på tunge proprietære løsninger som må ivaretas. Samtidig har vi satt oss et mål om å være fremst i teknologiske utviklingen. Smarte algoritmer, stordata og maskinlæring gjør at vi til enhver tid vet fart, posisjon, kapasitet og andre relevante data om våre kjøretøy. Neste steg er å samle nok data om kundene våre, slik at vi kan predikere deres bevegelsesmønstre og hjelpe dem å løse hverdagsproblemer. Slik skal vi utkonkurrere privatbilen ved å skape et mer komfortabelt og grønt tilbud. Noen vil kalle dette et teknologisk veiskille. Vi mener dette er feil. Teknologi er kun et verktøy. Det er hodene som evner å bruke dette verktøyet til å lage verdifulle løsninger som er de viktigste for oss.

Når brukerbehov og teknologi er i rask utvikling, må vår evne til å omstille oss være tilsvarende hurtig. Vi trenger fleksible avtaler som ikke bare ivaretar dagens løsninger og behov. Den skal også ivareta fremtidige løsninger og kompetansekrav. **Vi ønsker derfor å ta i bruk «dynamisk innkjøpsordning» istedenfor rammeavtale for å ivareta ovennevnte behov.**

2 Målgruppen for dialogkonferansen

Ruter ønsker å møte miljøer med spisskompetanse innenfor ett eller flere fagområder innen kunde- og brukeropplevelse (CX/UX). Følgende fagområder er relevante (dette er ikke en uttømmende liste):

Smidig designmetodikk

Ruter benytter prinsipper innen smidig designmetodikk i videreutvikling og forvaltning av eksisterende og nye kanaler og tjenester. Vi forventer at leverandørene både skal kunne lede smidige prosesser og samtidig være en del av team under Ruters ledelse. Leverandørene skal evne å rigge tydelige og resultatorienterte prosesser med tydelige mål. Samtidig forventer vi at leverandørene evner å lede tverrfaglige design- og teknologiressurser. Håndtering av store og små endringer er en del av hverdagen, og Leverandørene må også være komfortable med å lede prosjekter hvor mål og resultater ikke nødvendigvis er definert ved oppstart.

Ressursene vil være sentrale i oppgaver knyttet til interne informasjonsløp og forankringsprosesser og bør være solide kommunikatører.

Tjenestedesign

Dette fagområdet omhandler helhetlig forståelse av kundebehovet og utarbeidelse av helhetlige løsninger på tvers av plattformer, kundereise og kontaktpunkter. Det vil gå på kartlegging av dagens situasjon, behov og utfordringer, med fokus på å vise mulighetsrom for forbedringer. Det er viktig at det brukes riktig metodikk for å få helhetlig innsikt om kundene og deres behov som omfatter hele tjenesten på tvers av alle flater.

Ruter har jobbet med tjenestedesign og kartlegging av kundereisen siden 2011, og har god intern kompetanse på metodikken. Vi forventer at leverandørene skal evne å ta dette arbeidet videre og være med oss og beskrive, formidle og realisere neste generasjon kundereise.

Analyse, kundeinnsikt, datasamling og formidling

Ruter har behov for spisskompetanse på digital analyse, både i form av kvalitative brukertester og analyse av kundeadferd hentet fra måleverktøy som f.eks Google Analytics, Firebase, Hotjar, Mixpanel, etc. Leverandørene skal ha god erfaring med analysering og prioritering av det kundene våre virkelig trenger, for eksempel toppoppgavemålinger. Brukertesting er et krav i alle faser av designprosessen der det er relevant. I tillegg jobber vi aktivt med dataanalyse både på piloter og på etablerte digitale kanaler, som ruter.no og Ruter Reise, slik at vi bygger løsninger som støtter kundenes adferd.

Leverandørene skal legge vekt på å sammenstille og gjøre data forståelig og meningsfylte for ansatte, konsulenter og team som jobber med tjenesteutvikling i Ruter. Leverandørene må evne å kommunisere til relevante interne målgrupper og formidle sentrale funn og hypoteser slik at også andre fagområder forstår dataene og viktigheten av dem for å nå Ruters overordnede mål.

Brukertesting

Vi har behov for spisskompetanse på brukertesting. Med dette mener vi alt fra enkle geriljatester i felt til tynge labtester av både hardware og software, samt digital A/B-testing og eventuelle andre testområder. Vi legger lik vekt på å både teste digitalt ved hjelp av digitale verktøy (Useresting.com, Validatly, Userfeel etc), og personlige intervjuer, medreiser og labtester. Vi forventer også at potensielle partnere følger med på trender innenfor brukertesting og tar i bruk nye verktøy og metoder for dette fortløpende.

Prototyping

Vi må evne å formidle hypoteser, konsepter og løsninger til brukere gjennom å utvikle enkle (papriskisser, presentasjoner, invision, Flinto, etc.) og mer bearbeidede (Java/node, HTML/CSS, Xcode) prototyper slik at vi kan bekrefte eller avkrefte hypoteser og teorier. Målet er å utvikle riktig ting til riktig tid. Vi vil også prototype hardwareløsninger på eksisterende og fremtidig teknologi.

Interaksjonsdesign

Interaksjonsdesign i Ruter handler om å finne de enkleste og mest intuitive veiene brukerne kan gå for å ta i bruk tjenestene våre. Interaksjonen skal utfordre bransjekonvensjoner med mål om å gjøre både enkle og komplekse arbeidsflyter så enkle at kundene ikke bare forstår, men elsker å bruke de forskjellige kontaktflatene til Ruter.

Eksempler på leveranser fra en interaksjonsdesigner kan være flytskjema som viser brukernes handlinger og løsningens respons, konseptuelle skisser som illustrerer løsningen på et overordnet nivå eller detaljerte skisser av elementer i grensesnittet. Det legges også vekt på design av løsninger uten et grafisk grensesnitt, for eksempel stemmestyrte tjenester.

Grafisk design

Grafisk design i Ruter er ikke til for å pynte tjenestene våre. Grafisk design i Ruter er å bruke læren om typografi, farger former og symboler til å forsterke funksjonaliteten i tjenestene våre. Ressurser som jobber sammen med oss skal evne å omsette Ruters merkevareplattform til enkle og attraktive løsninger som støtter vår merkevareposisjon og sikrer en tydelig og helhetlig identitet. Vi legger vekt på å følge internasjonale trender og standarder. Leverandørene vil være tungt involvert i å etablere og videreutvikle et digitalt designsystem for Ruter, tilpasset alle enheter og kontaktflater relevante for kundereisen.

Universell utforming

Ruter sine tjenester og løsninger skal være tilgjengelig for alle innbyggerne i Oslo og Akershus, uavhengig av funksjonsnivå. Vi har behov for leverandører som kan bistå med å tenke nytt innenfor fagfeltet og utvikle løsninger som svarer på krav til universell utforming, men som potensielt også kan være sentrale områder for innovasjon.

Innholdsforvaltning

Vi har behov for leverandører som kan bistå oss med å prioritere og målstyre det innholdet som betyr mest for kunder og KPI'er basert på fakta og innsikt. Vi legger stor vekt på riktig innhold i relevant kontekst og har i løpet av det siste året jobbet frem en innholdsstrategi som vi ønsker at leverandørene skal bidra til å ta videre internt i organisasjonen (organisering, kompetanseutvikling) og eksternt (operasjonalisering).

Ønsket kompetanse og kapasitet vil variere fra enkeltoppdrag til større prosesser og leveranser. Ruter ønsker å være en profesjonell og spennende kunde for leverandørene, slik at det er attraktivt å konkurrere om våre oppdrag. Vi ønsker innspill til hvordan anskaffelsen kan spisses/utformes til beste for vårt behov.

Ruter ønsker å innhente potensielle leverandørers erfaringer og innspill rundt temaet og inviterer med dette til dialogkonferanse

Tid: 20. mars 2018 kl. 09.00 - 12.00

Sted: Dronningens gate 40, møterom Hovedøya/Lindøya

Spesielle fokusområder er:

- Kundeopplevelse og UX i Ruter (nåsituasjon, målbilde, organisering, omfang)
- Hva en dynamisk innkjøpsordning er, og prosessene for å bli med
- Hvordan konkurransene vil bli utformet (konsulentinnkjøp eller team)
- Utfordringer dynamisk innkjøpsordning og hva leverandørene tenker rundt dette

Vi oppfordrer påmeldte tilbydere om å sende inn innspill og behov for avklaringer. Ta gjerne utgangspunkt i vedlagte «Spørsmål vi ønsker besvart». Innspill og spørsmål må være oss i hende innen 13. mars kl. 12:00. Disse sendes til Benny Rytter-Johansen på anbud@ruter.no.

Vi vil sammenfatte innspillene i en presentasjon som vil danne grunnlag for informasjon og diskusjon. Møteromskapasitet tillater ikke ubegrenset deltagelse. Det er kun påmeldte som kan delta på møtet. Videre er det satt en begrensning på to personer fra hver organisasjon/tilbyder. All informasjon som fremkommer på dialogkonferansen skal være offentlig tilgjengelig for alle gjennom gode møtereferater, som sammen med presentasjoner fra møtet blir lagt ut på Ruters anbudswb. De som ønsker kan gi en kort skriftlig tilbakemelding til Ruter etter dialogkonferansen. Dette materialet vil også bli lagt ut på Ruters anbudswb.

Program

09.00	Velkommen Om dynamisk innkjøpsordning	Beth Stensen (Ruter) Benny Rytter-Johansen (Ruter)
09.30	Kontinuerlig utvikling av dagens tjenester Kundeopplevelse og UX i Ruter Kundeopplevelse 2021 Hovedfokus og prioriteringer	Tine Sivertsen (Ruter) Beth Stensen (Ruter) Eivind Skogen (Ruter) Marius Røstad (Ruter)
11.00	Diskusjon, innspill og spørsmål	Alle
11.30	Oppsummering og servering av enkel lunsj	Ruter
12.00	Slutt	

Påmelding innen 13.mars 2018 https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfq2qz-YxWwnaL8fMBuUaZafJvxKxHEv0O8s_OhihymDY1TOA/viewform?c=0&w=1

Velkommen!

Spørsmål vi ønsker besvart

1. Hvilke fordeler og ulemper ser dere med å bruke en dynamisk innkjøpsordning vs. en rammeavtale?
2. Vi har listet opp en rekke fagområder som utgangspunkt for konkurranser. Årsaken til en slik inndeling er å kunne tiltrekke seg nisjeselskaper som kun leverer innenfor ett eller få områder. Er listen for/ for lite detaljert? Mangler noen fagområder?
3. Hvilke erfaringer har dere gjort dere i prosjekter og prosesser hvor dere forventes å jobbe sammen i team med direkte konkurrenter?