



Foto: Ruter As / Nucleus AS, Daniel Jacobsen

Mot fremtidens digitale kundeopplevelse

Endrede reisevaner har tydeliggjort behovet for mer personlige tjenester. Ruters digitale løsninger skal svare på det behovet, uansett hvem du er og hvordan du liker å reise.

Kollektivtrafikken skal være for alle. Det skal ikke ha noe å si om du bruker rullestol, reiser med barnevogn eller er svaksynt. Om du tar den vanlige ruten til jobb, eller reiser til et helt nytt sted. Vi prøver alltid å legge til rette for en knirkefri reise.

Pandemien har i tillegg ført til et større spenn av kundebehov. Det handler ikke lenger bare om å komme seg frem, men om å komme seg frem på egne

premisser. Når de fleste av oss fortsatt har et par dager i uken på hjemmekontor, er det behov for mer fleksibilitet. Når sparkesykler og sykler har blitt en mer integrert del av kundens hverdag, er det naturlig at Ruter gir valgfrihet til å mikse transportformer.

Landskapet er med andre ord mer komplekst enn noen gang. Spesielt når kunden forventer at det meste skal fungere sømløst gjennom hele kundereisen, fra dørstokken hjemme til de kommer frem. Det inkluderer også alle digitale flater, fra Ruter-appen til skjermer om bord og på holdeplasser.

For å gi den aller beste kundeopplevelsen på tvers av flater, har vi i 2022 utviklet en smartere og mer personlig tjeneste med nye produkter. Samtidig har vi lagt grunnlaget for å levere enda bedre i tiden som kommer.

Det handler ikke lenger bare om å komme seg frem, men om å komme seg frem på egne premisser.

Veien til fleksible billetter

To år med pandemi, hjemmekontor og endrede reisevaner gjorde én ting klinkende klart: Kundene våre trenger mer fleksible billetter – og det helst i går. Men hva fleksibelt egentlig betyr er avhengig av hvem du spør.

Innsikten vår ledet oss mot personlig prising, som tar utgangspunkt i kundens faktiske behov og reisemønster. Det fører igjen til en rettferdig pris – og en følelse av at Ruter kjenner deg og dine behov.

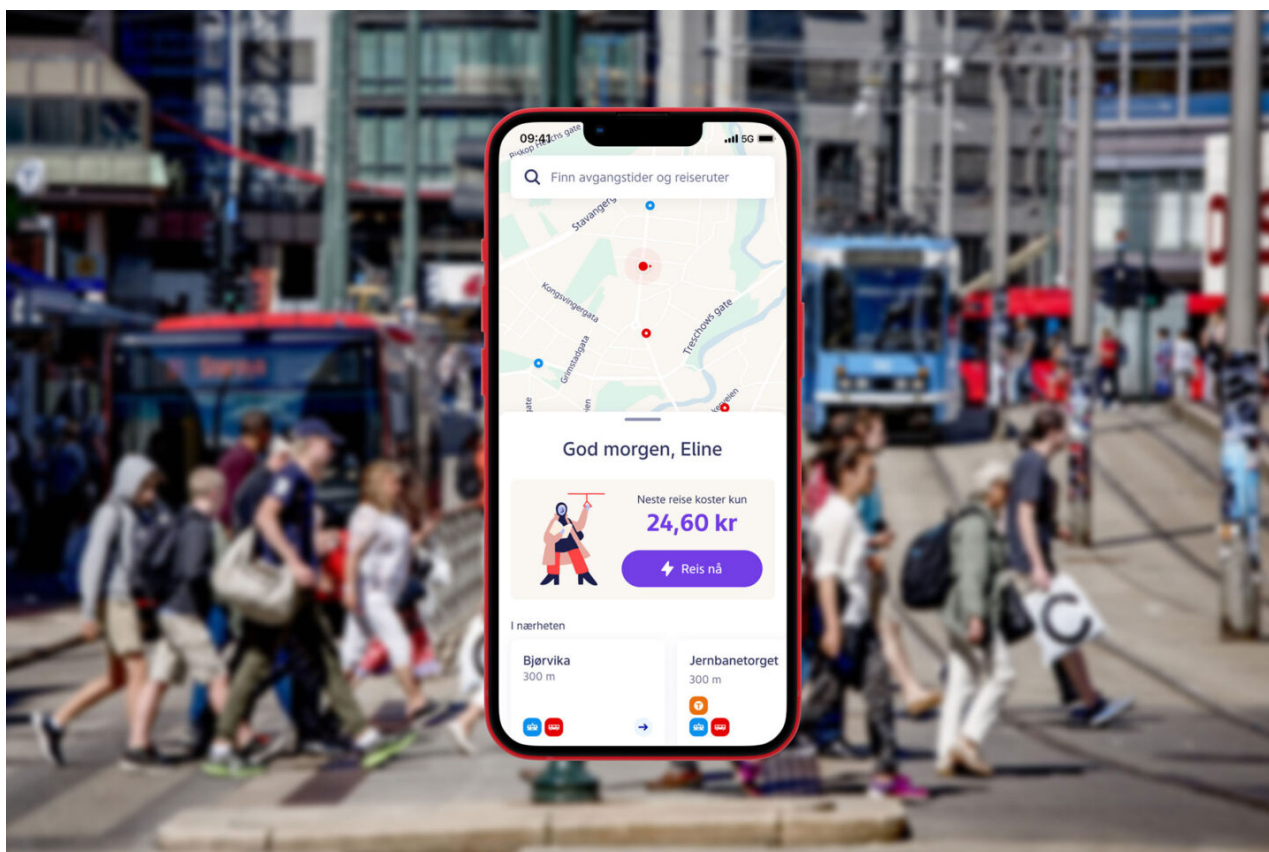
I året som gikk tok vi viktige steg mot mer personlige løsninger:

- Utforsket nye måter å selge eksisterende produkter for å treffe kundenes behov.
- Utviklet nye modeller som gjør det mulig å tilpasse produkt og pris etter reisemønster.
- Samarbeidet med andre kollektivselskaper for å utvikle nye løsninger.
- Forbedret tjenesten under panseret, som gjør den mer fleksibel og robust.
- Oppfordret brukere til å lage personlig profil i appen, og etablerte et helt eget team med ansvar for kunde profiler.

En viktig milepæl for Ruter-appen

For første gang gikk andelen innloggede brukere forbi anonyme brukere i Ruter-appen – fra under 35% til nesten 65%.

Men hvorfor er dette så viktig? Jo, for gjennom profil kan vi etablere en tettere relasjon til kundene. Vi kan tilby tjenester og priser som er mer tilpasset deres behov. Da får vi også et bedre grunnlag for å diskutere hva som er rettferdig betaling.



Rettførdig prising var utgangspunktet for en historisk begivenhet i året som gikk. Vårt svar på kundenes rop om fleksible billetter var pilotprosjektet Reis.

Foto: Ruter As / Redink, Fartein Rudjord

Klar, ferdig, Reis!

Det er mange kunder som opplever at reisemønsteret ikke lenger kan planlegges flere uker frem i tid. Femdagersuken på kontoret er blitt endret til to-tre dager i uken for flere.

Vi utviklet Reis for å gi et alternativ til nettopp denne gruppen, slik at de også får en rettferdig pris basert på hvor mye de reiser med oss.

Med Reis opparbeider kunden seg en personlig rabatt basert på hvor hyppig de reiser over tid. Jo flere billetter de kjøper, desto billigere blir hver reise. Reiser de

oftere vil de se at rabatten øker, og tilsvarende vil den gå ned dersom de reiser sjeldnere.

Prisen blir dermed tilpasset hver kundes unike reisemønster. Dette rimer mer med kundenes forventning om at det skal være billigere å reise kollektivt når man reiser ofte – slik kundene allerede gjør når de kjøper 30-dagersbillett eller andre periodebilletter.

For å finne ut om Reis svarte på folkets behov, lanserte vi tjenesten som en pilot til utvalgte kunder i februar. Mot sommeren jobbet vi tett på pilotbrukerne. Vi sendte spørreundersøkelser, hadde fokusgruppe og fikk tilbakemeldinger gjennom appen.

Hva sier kundene om Reis?

Reis oppleves som fleksibelt fordi det er en lavere grad av forpliktelse sammenlignet med 30-dagersbillett.

Det oppleves som positivt å få rabatt uten å forplikte seg til et månedskort som kanskje ikke brukes.

Den personlige rabatten er en motivasjon til å fortsette med Reis.

Det føles rettferdig at rabatten går opp og ned i takt med reisemønster.

De fleste sier at de ønsker å fortsette med Reis så lenge som mulig.

Innsikten i praksis

For å bekrefte kundenes tilbakemeldinger, støttet vi oss på kvantitative analyser. Ved å følge med på hvor mange kunder som var aktive, hvor ofte de reiste og hvordan de brukte appen, fant vi ut om kundebehovet ble møtt.

Innsikt fra kundene ble helt avgjørende for piloten på to måter:

1. Både produkt og kommunikasjon kunne raskt justeres underveis.
2. Basert på den gode mottakelsen, fikk vi bekreftet at vi var på rett spor. Derfor inviterte vi enda flere brukere til å teste Reis i løpet av høsten.

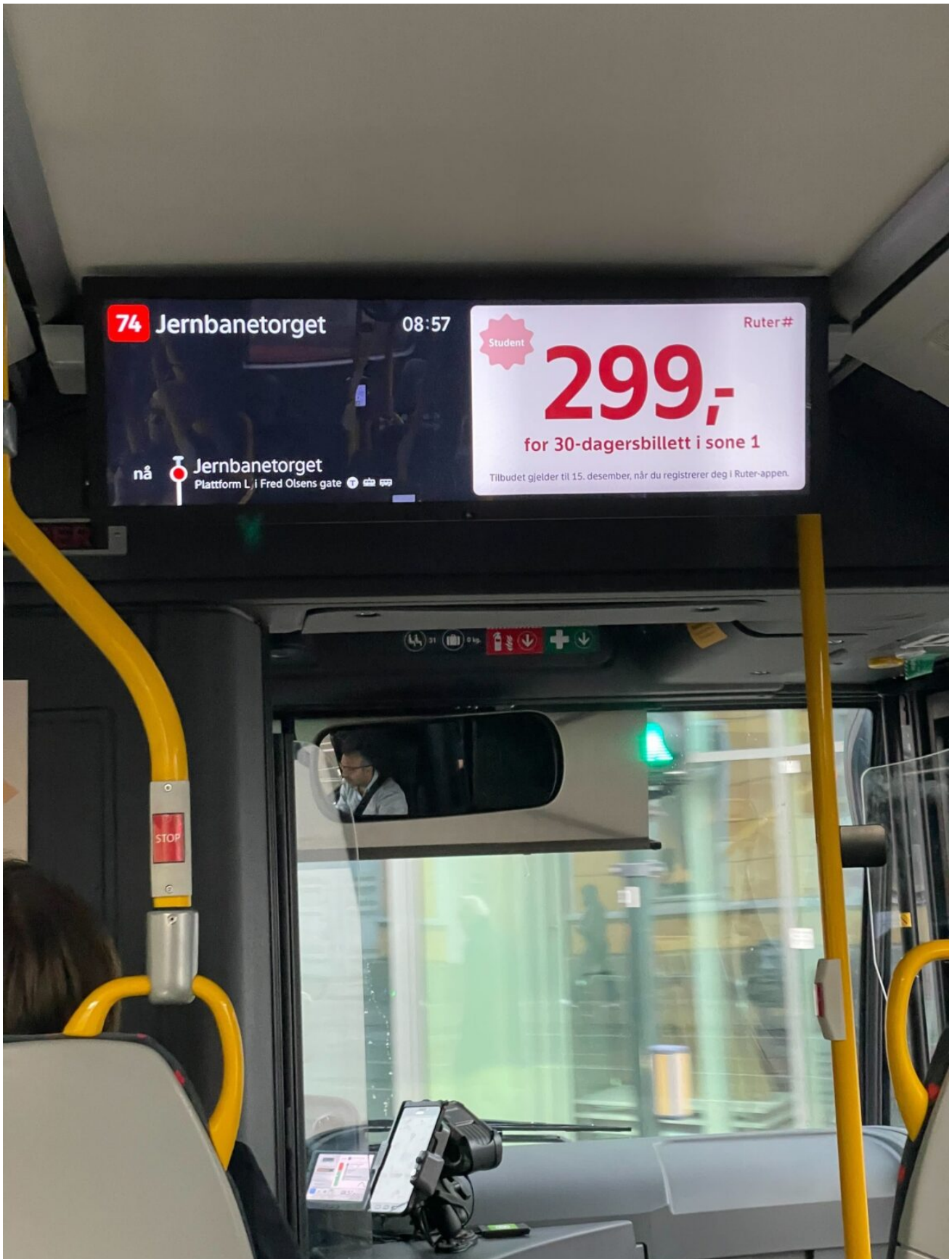
Vi gleder oss til fortsettelsen i 2023. Da får vi endelig testet Reis i enda større skala, og det blir spennende å se om Reis er løsningen på behovet om fleksible billetter.

En historisk kampanje

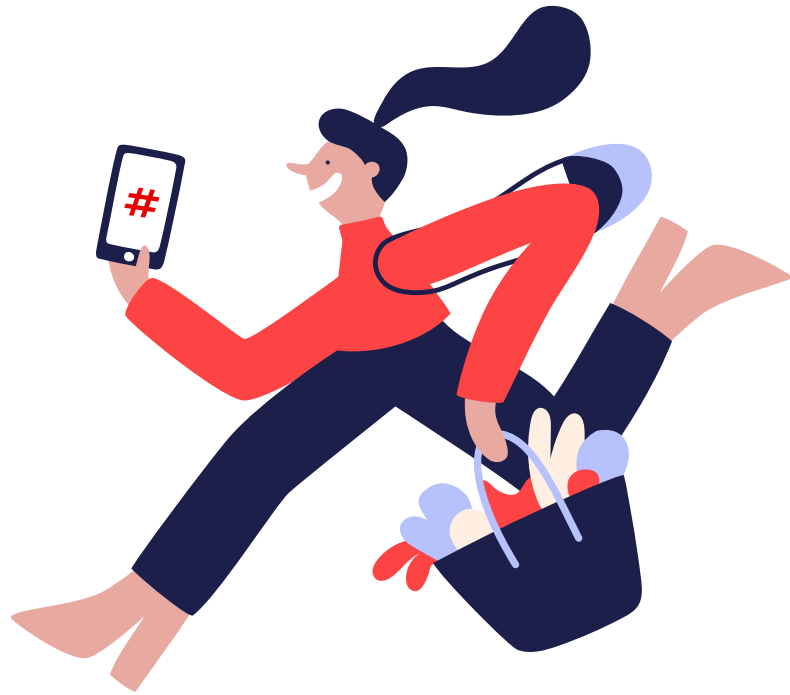
De fleste fikk det med seg, og de fleste benyttet seg også av kampanjen på 30-dagersbilletten i sone 1. Takket være vår nye app og tekniske rigg, kunne vi tilpasse løsningen vår og kjøre ut en kampanje på relativt kort varsel – noe som før hadde vært utenkelig.

Kampanjen var et stort samarbeidsprosjekt på tvers av avdelinger og digitale flater. Blant annet ble skjermer om bord og på stoppesteder brukt til å informere kunder om kampanjen, noe som aldri har vært gjort tidligere.

Den var også viktig for målet vårt om en mer personlig tjeneste. Ettersom det var én rabattert 30-dagersbillett til hver kunde, var kampanjen kun tilgjengelig for innloggede brukere i Ruter-appen.



I 2022 tok vi for første gang i bruk skjermene om bord og på stoppesteder for å informere kundene om en kampanje.
Foto: Ruter As / Jon Olimstad



I kampanjeperioden fikk vi

171000

nye brukere

Antall innloggede brukere økte med

32%

Nye tjenester for å planlegge reisen

For noen av kundene våre starter reisen på farten, når billetten kjøpes. Men for mange starter den lenge før det. En stor andel av kundene våre både liker og trenger å planlegge reisen i god tid. For denne gruppen har vi gjort et stort løft.

Lagring av reise



Kunder har lenge etterspurt lagring av reiser. Men også her er spekteret av kundebehov stort – fra lagring av faste bussruter til en spesifikk avgang. For

å sikre at vi treffer riktig behov, har vi i år lagt grunnlaget for en løsning som er utarbeidet i tett samarbeid med kunder. Arbeidet er basert på en rekke intervjuer og tilbakemeldinger, samt en runde brukertester som ble utført på ni personer.

Tilgjengelighetsinformasjon

Et stort og viktig arbeid har blitt gjort for å kartlegge tilgjengelighetsinformasjon på de største stoppestedene i Oslo. Denne informasjonen kan du nå skru på i appen, og få detaljer om avstander, fortauskanter, trapper, ledelinjer og mer – et helt uvurderlig verktøy for å planlegge reisen.

Nesten 30 000 brukere skrudde på tilgjengelighetsinformasjonen i appen siste halvdel av 2022.

Kapasitet om bord

Fulle busser og trikker kan være en fysisk og mental barriere for reisende. Vi bruker maskinlæring og kunstig intelligens til å vise forventet kapasitet om bord på alle avganger. I tillegg kan kunden gi tilbakemelding på om det faktisk stemmer, slik at vi kan gjøre modellen enda mer nøyaktig.

Nesten 50% oppfatter informasjonen om kapasitet som helt presis.

Informasjonen du trenger, når du trenger den

Det er også viktig at vi leverer når kunden har dårlig tid. Er du på farten, forventer du at reiseforslagene i appen blir levert på sekundet og med stor nøyaktighet. Og hvis du ikke stoler på resultatene, har du andre tjenester som Google Maps like for hånden.

I samarbeid med Entur har vi derfor implementert siste generasjons reiseplanlegger, som både gir flere og bedre reiseforslag på kortere tid. Og i tiden som kommer, er vi bedre rustet til å inkludere mikromobilitet og annen dynamisk transport som del av reisen.

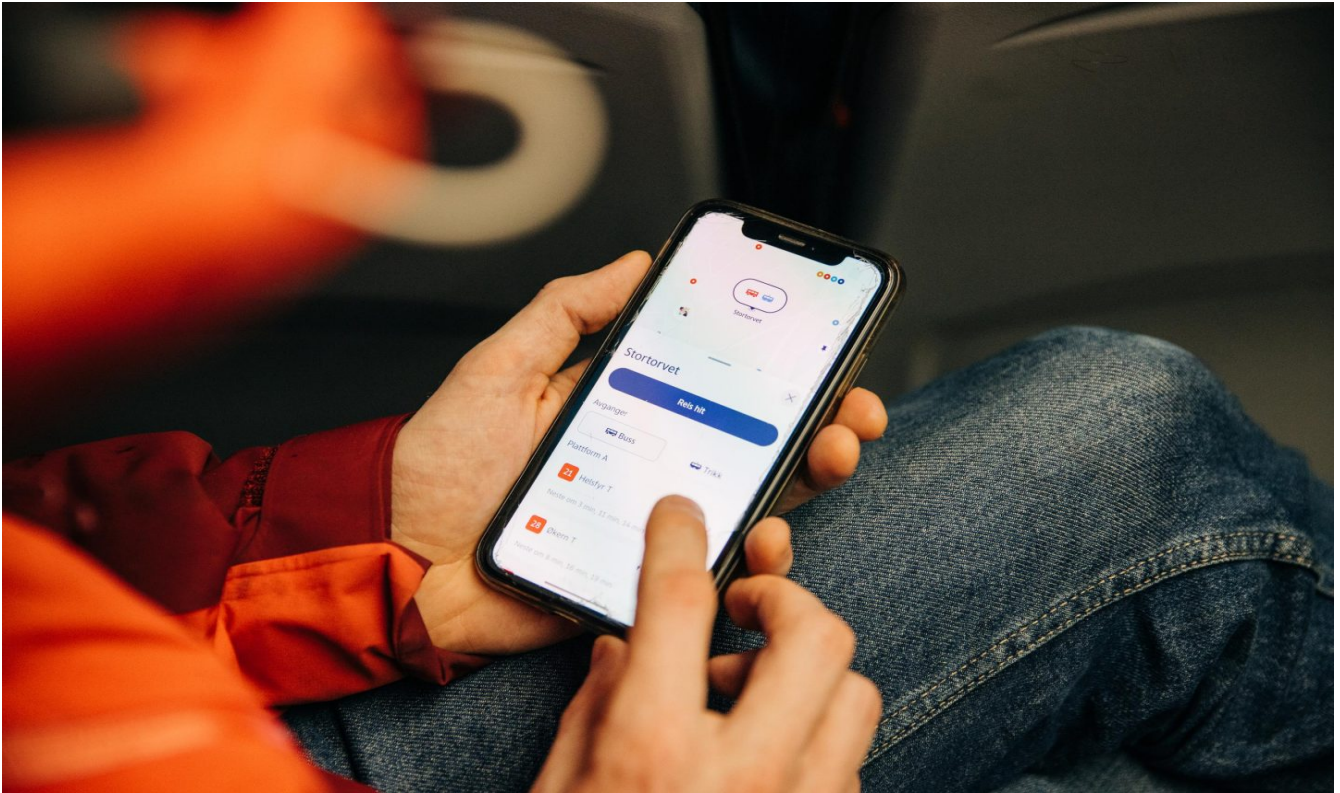


Foto: Ruter As / Nucleus AS, Magnus W. Sitter

I gjennomsnitt sier

90%

at reiseforslaget de fikk var godt.

Vi har også benyttet oss av smarte løsninger om bord for å alltid være relevante. Tidligere har du bare kunnet se en liste over de neste stoppestedene. Nå kan du også se populære holdeplasser lenger frem i reisen.

Ved å benytte oss av historiske passasjerdata for linjen, kan vi forutse hvilke holdeplasser det er mest sannsynlig at kundene skal gå av på. I motsetning til en statisk liste, sørger bruk av maskinlæring for at holdeplassene som vises endres fra morgen til kveld, og fra hverdag til helg.

Reiseforslag som treffer

For å lykkes med å være personlige, må vi være kontekstuelle og vise riktig informasjon til riktig tid. Gjennom året har vi utforsket en rekke måter å oppnå nettopp dette.

En fokusgruppe fikk blant annet teste reiseforslag basert på tidligere reisesøk, ved hjelp av maskinlæring. I samarbeid med Datatilsynet, har vi også sett på muligheten for å teste en modell som bruker kunstig intelligens til å lære fra kundenes reisemønster.

Det enkle er dog det beste, sies det. Også i dette tilfellet. I appen kan du lagre favorittsteder som «Hjem» og «Jobb». Vi ser at de som har gjort dette er de mest aktive brukerne. Til denne gruppen gir vi enkle reiseforslag på relevante tider i løpet av dagen.



«Skal du hjem?» spør vi deg hvis du åpner appen om ettermiddagen, etterfulgt av et reiseforslag som tar deg hjem. Det er en måte å ligge ett steg foran kunden, være proaktive og gi merverdi til de som trenger det.
Foto: Ruter As / Nucleus AS, Øyvind Ganesh Eknes



17%

av brukerne som ser et anbefalt reiseforslag, klikker på det

Slik lager vi reiser på kundens premisser

Måten vi reiser rundt på har endret seg stort. Bysykler har lenge vært en del av bybildet, men elsparkesykler og elsykler har også blitt en integrert del av folks reisevaner. Det har også blitt en integrert del av Ruters tilbud.


31 Fornebu 12:25

5 min ↑ Thune
20 30

3 min Olav Kyrres plass
20 30

2 min ● Frogner kirke
20 30

Det er 3 sparkesykler og 5 bysykler ved Frogner kirke.



Tar du bussen til jobb, vil skjermene om bord vise deg alternative transportmidler ved neste stopp, inkludert mikromobilitet. Om du er litt sent ute kan du hoppe på nærmeste ledige elsparkesykkel og rekke en kaffeprat før dagens første møte.

I appen kan du se både bysykler og sparkesykler der du er, og enkelt bytte til de ulike leverandørenes app for å komme deg videre. Hvis du i tillegg har vært med i pilotprosjektet vårt, har du hatt muligheten til å kjøre og betale for elsparkesykler og elsykler direkte i Ruter-appen.

Slik har vi fått det til:

- Tett samarbeid med Oslo kommune om regulering og integrering av aktører.
- Samarbeidsavtaler, teknisk samarbeid og utvikling av tjenester for kundeservice med både Oslo Bysykkel og de tre elsparkesykkelaktørene.
- En pilot som lar utvalgte kunder kjøre og betale for turer med Tier i Ruter-appen, med fortløpende testing av brukeropplevelsen og tekniske løsninger.
- Tilbakemeldinger fra kundene gjorde oss trygge på løsningen, og piloten ble i høst utvidet til å gjelde enda flere brukere i Bærum, Asker og Oslo.



Foto: Ruter AS / Nucleus AS, Daniel Jacobsen

Ved å styrke samspillet mellom gange, sykkel, elsparkesykler og kollektivtilbud, kan Ruter gi alle kunder en bedre reisehverdag. De nye tjenestene bidrar ikke bare positivt til de som benytter seg av dem, men avlaster også kollektivtilbudet totalt sett.

Design i Ruter er et resultat av kundenes behov

I året som gikk har vi tatt kundeinvolvering til et nytt nivå ved å ha et dedikert område i appen kun for tilbakemeldinger og påmelding til brukertester. Vi har hatt tusenvis av svar på spørreundersøkelser, flere hundre e-poster og like mange brukertester.

Overordnet sett er resultatet en mer tilgjengelig app. Vi har fokusert på en enkel og intuitiv navigasjon med universell utforming som grunnstein. Blant de nyeste forbedringene finner vi en mer tydelig inngang til billettkjøp, samt muligheten for dark mode (mørk modus). Begge er tett knyttet til bedre lesbarhet og tilgjengelighet.

Nyttig for alle, nødvendig for noen.

Da er det ekstra hyggelig å se at kundene blir mer og mer fornøyde med Ruter-appen.

Med over 60 000 anmeldelser har Ruter-appen for første gang kommet seg over fire stjerner i både App Store og Google Play Store.

Store designpriser til Ruter-appen

I 2022 tok vi imot tre priser innen design sammen med NoA Ignite, Bakken & Bæck og Shortcut:

- Gull i European Design Awards i kategorien Mobile Apps
- Gull i Visueltprisen i kategorien Digitalt design
- Sølv i Fast Company's Innovation by Design Awards

Dette er en viktig påminnelse om at det lønner seg å tenke nytt, ha rom for å utforske og, ikke minst, sette kundene først.

« Tjenesten muliggjør Ruters transformasjon til kombinert mobilitet – sykkel, gange og nye transportmidler blir alternativer i appen. Ruter utfordrer konvensjoner og tar modige valg. Løsningen

reflekterer en sterk og voksende identitet samtidig som den ivaretar lesbarhet og tilgjengelighet. Detaljene er på plass helt ned til egenutviklet skrifttype. Løsningen er bygget for fremtiden, og vi gleder oss til å følge reisen videre! »

Juryens begrunnelse, Visueltprisen 2022

