



## Trafikinformationsstrategi i DSB

Information på den *hele* rejse  
... set fra et kundeperspektiv

TØF

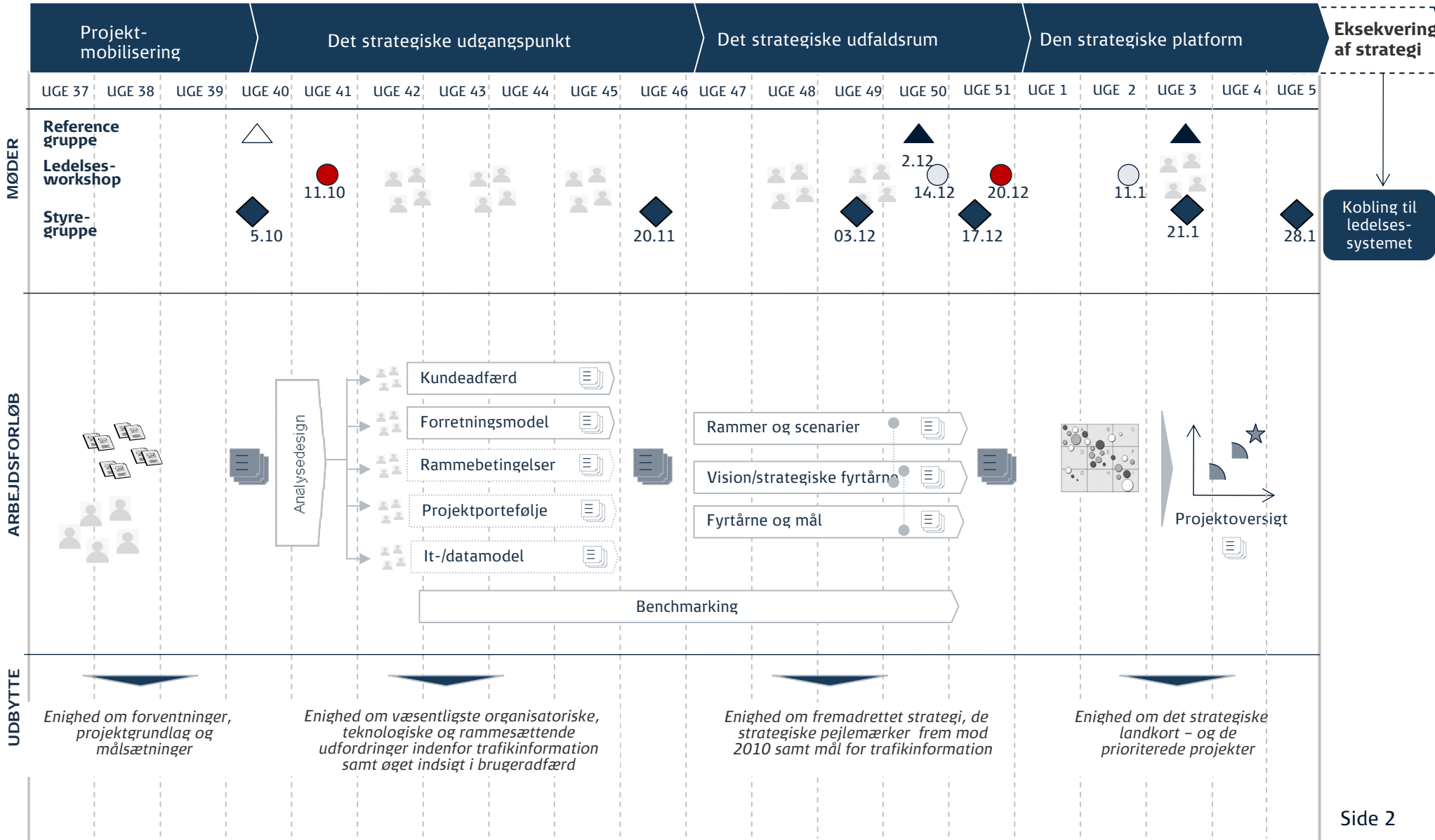
10. oktober 2008

Line L. Matthäi

Udviklingschef Planlægning og Trafik

# Plan for strategiudviklingsforløbet

... med fokus på involvering af væsentlige strategiaftagere



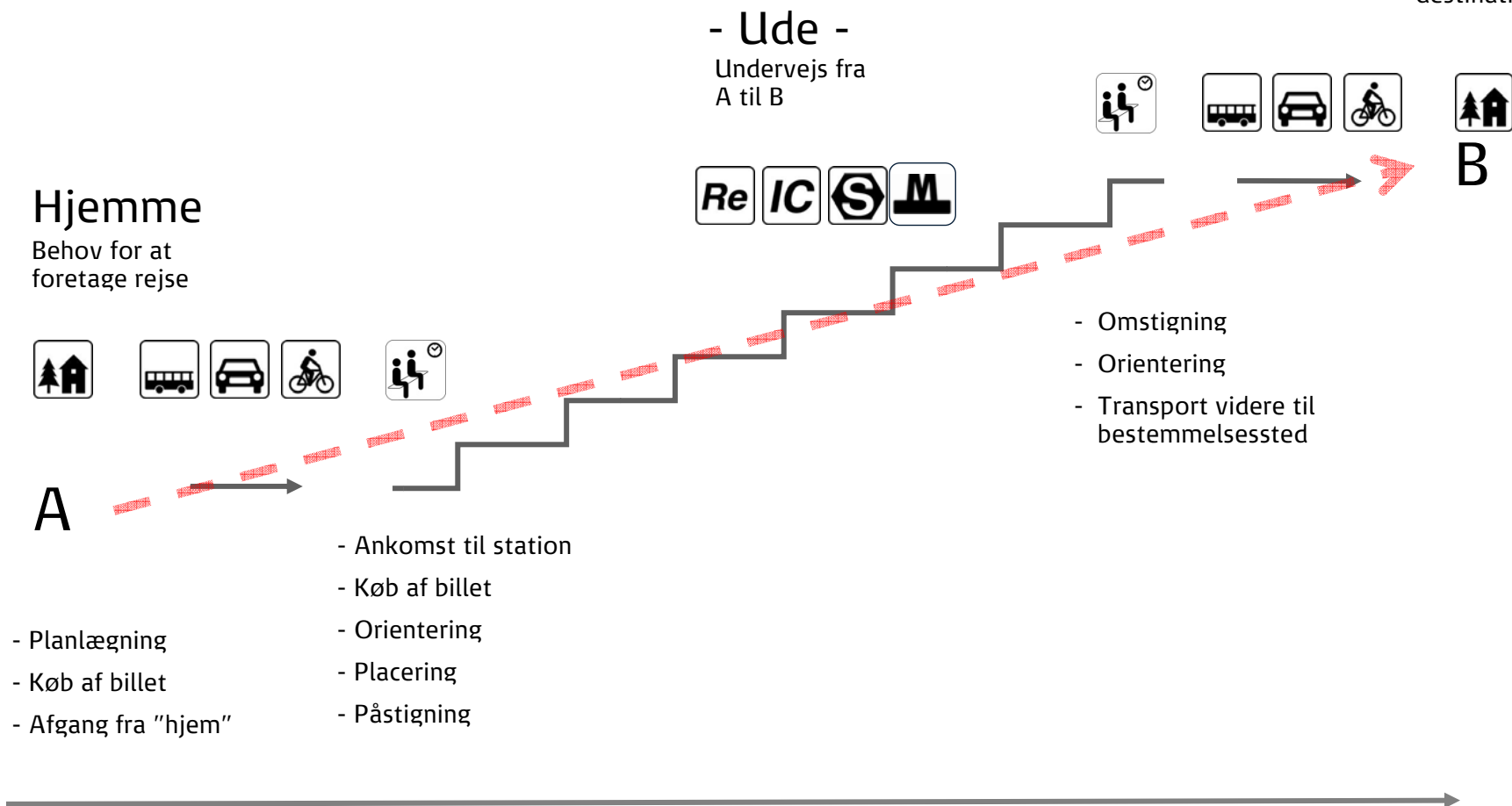
Kobling til ledelses-systemet

# Fra rejsebehov til gennemført rejse

... "hjemme - ude - hjem", den *hele* rejse



Hjem  
Fremme på destinationen



Den røde tråd i informationen på den hele rejse

# Den kommunikerende virksomhed

...strategien omfatter trafikinformation i normalsituationen samt ved planlagte og ikke planlagte ændringer

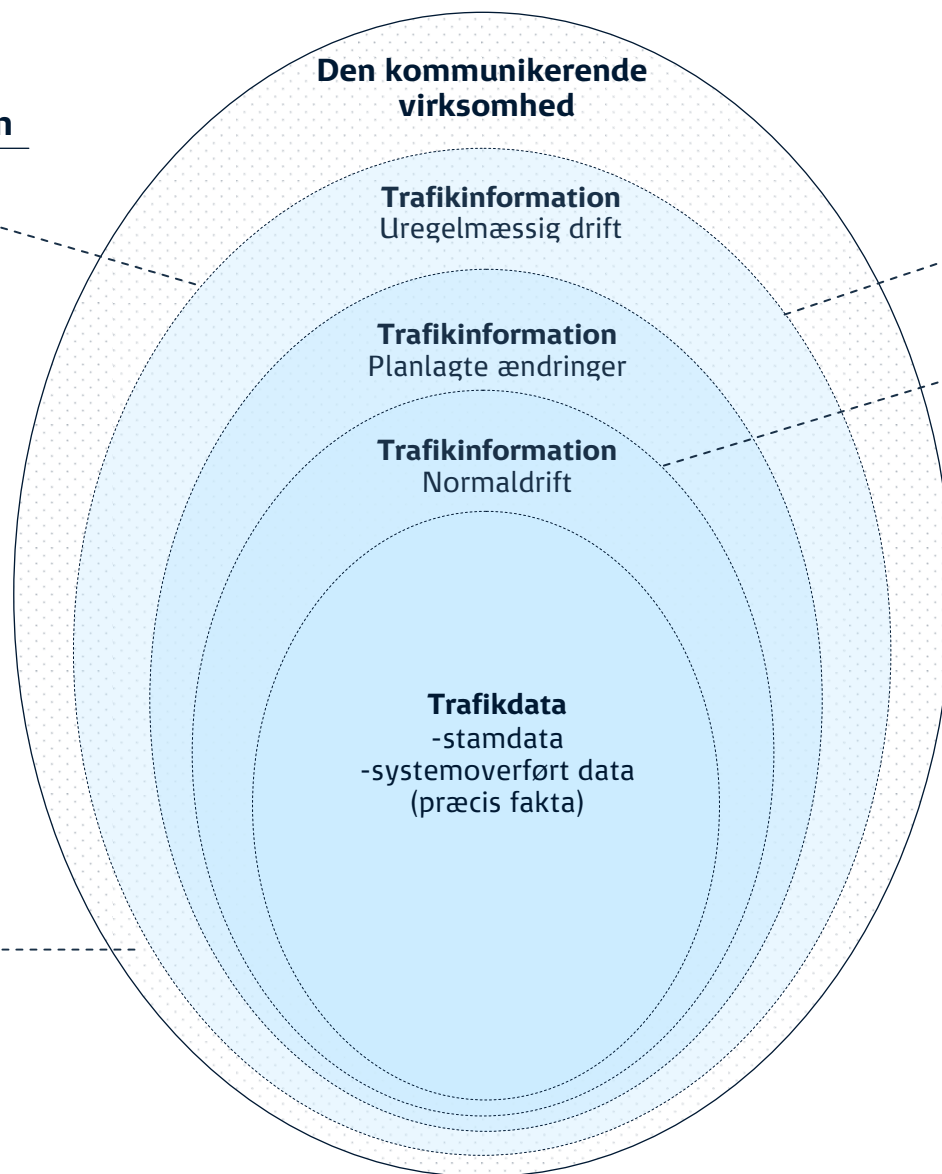


## Definition af trafikinformation

- Den information, som kunden finder tilstrækkelig for at kunne gennemføre den hele rejse
- Forventningsstyrende og vejledende information om trafikens bevægelse og dermed også kundens mulige bevægelse

## Øvrig kommunikation fx

- Salgs- og serviceinformation
- Sikkerhedsinformation
- Virksomhedskommunikation



## Eksempel

Planlagte ændringer og uregelmæssig drift

- Information om bl.a. årsag, omfang, varighed og alternativer

Normaldrift

- Information om bl.a. standsningsmønster, spornummer, oprangering, afgang- og ankomsttider



Mulige kanaler fx

- Billetkøb og kundeservice
- Afgangstider på stationernes skærme
- Højtalerudkald på station og i tog
- Køreplan
- Vejvisning til spor/vogn samt øvrige transportmuligheder

# DSB's trafikinformationsstrategi (info2010)

... at tilgodese kundens behov og understøtte kundevækst

Vores trafikinformation giver klar, korrekt og direkte besked til kunder i form af positive og let kommunikerbare budskaber, der proaktivt tager afsæt i kundens informationsbehov

Vi opstiller klare operationelle mål, som vi agerer efter og indfrier. Vi prioriterer vores indsats efter, hvor den giver størst effekt – uanset hvor investeringen placeres

Vores medarbejdere er serviceminded og har de rette kompetencer og værktøjer, så de gennem trafikinformationen kan vise, at DSB er en kundeorienteret og professionel virksomhed

Vi tager ansvaret for at opbygge og indgå formaliserede og værdiskabende samarbejdsrelationer med andre aktører på tværs af kundens rejsekæde

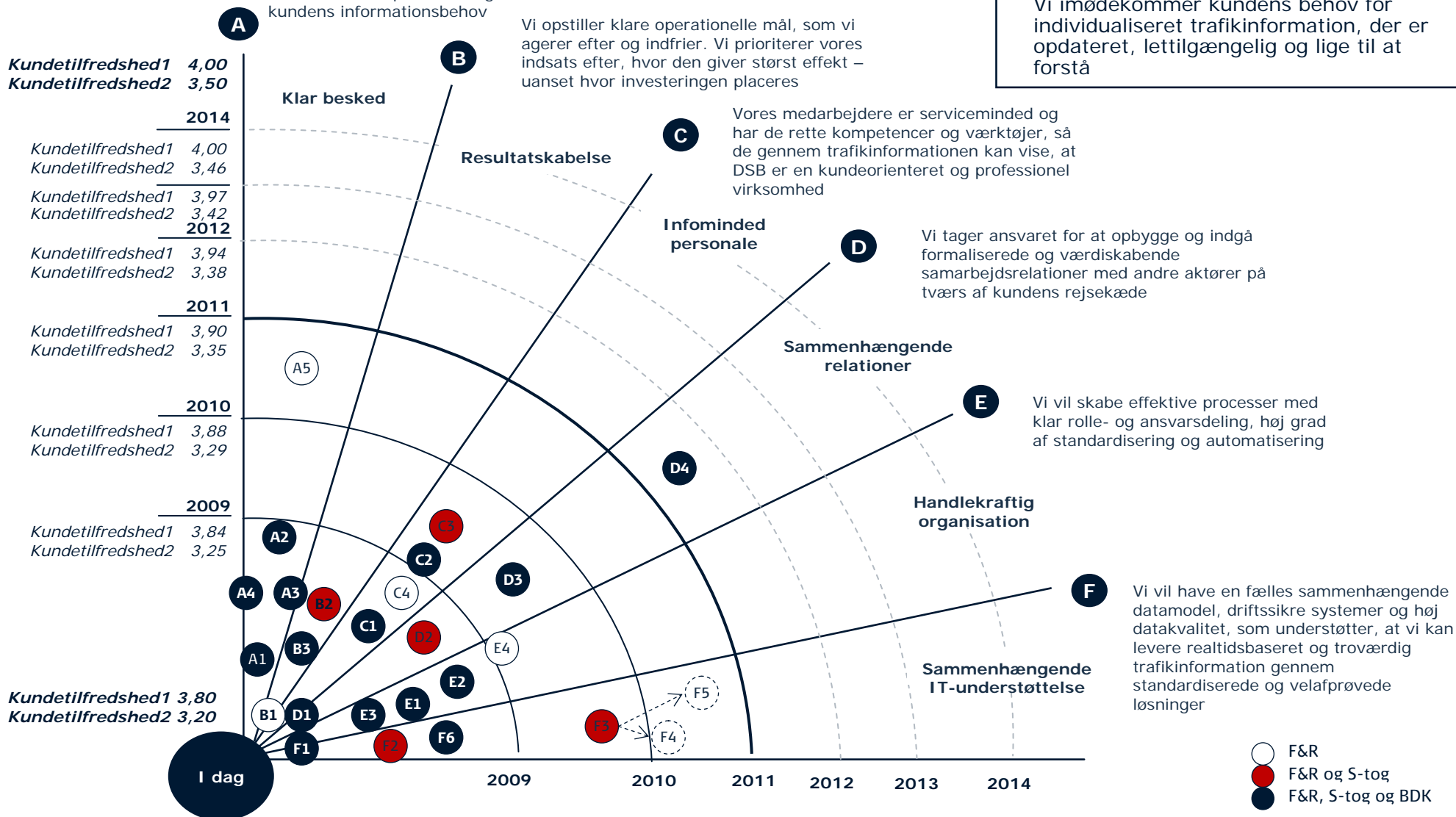
Vi vil skabe effektive processer med klar rolle- og ansvarsdeling, høj grad af standardisering og automatisering

Vi vil have en fælles sammenhængende datamodel, driftssikre systemer og høj datakvalitet, som understøtter, at vi kan levere realtidsbaseret og troværdig trafikinformation gennem standardiserede og velafprøvede løsninger

## Mission/vision

Vi sikrer situationsbestemt trafikinformation, der guider kunden fra dør til dør

Vi imødekommer kundens behov for individualiseret trafikinformation, der er opdateret, lettilgængelig og lige til at forstå



# Strategiske initiativer i Info2010

... fordelt i forhold til pejlemærkerne



## Klar besked

- A1 Kundens vej i rejsekæden
- A2 Behovsanalysekoncept
- A3 Informationskoncept for stationerne
- A4 Kommunikationskoncept for trafikinformation
- A5 Afgangsplakater med standsningsmønstre

## Fokus på resultatskabelse

- B1 Trafikinformationsudviklingsenhed
- B2 Kvantificering af trafikinformationstilfredshed
- B3 Trafikinformationsmålstyring

## Infominded personale

- C1 HR-strategi for trafikinformationspersonale
- C2 TI-academy
- C3 Koncept for info-personale
- C4 Pilot for mobilt "talested" i tog

## Sammenhængende relationer

- D1 Samarbejdsstrategi inkl. investeringsplan
- D2 Relationsstrategi og DSB's rolle
- D3 Internetstrategi
- D4 Trafikinformationscenter

## Handlekraftig organisation

- E1 Kundeoptimeret forretningsmodel
- E2 Procedure i ledelsessystem
- E3 Kanaleffektiviseringsanalyse
- E4 TI i disponeringsprocessen

## Sammenhængende IT-understøttelse

- F1 Kvalitetsdata på tværs af organisationer
- F2 Her og nu-data i rejseplanen
- F3 TI til frontpersonalet
- F4 Standardisering af mobil platform
- F5 TI via internet i tog
- F6 Fælles Betjeningsplads

- F&R
- F&R og S-tog
- F&R, S-tog og BDK