

Konferencja nt. „Inteligentny transport publiczny”, która odbyła się w dniach 27 i 28 kwietnia w siedzibie Ministerstwa Infrastruktury i Rozwoju poruszyła wiele ciekawych zagadnień związanych z polityką transportu publicznego. Jednym z ciekawszych tematów okazał się ten dotyczący tworzenia przyjaznych użytkownikowi usług zaprezentowany przez przedstawicielkę Ruter As – firmy zajmującej się organizacją transportu w Oslo. Firma, co ciekawe obsługuje, aż 1/5 podróży w tym kraju, zaś finansowanie odbywa się w 50 procentach z dotacji i 50 procentach z wpływów za bilety. Założeniem firmy jest doprowadzenie do wyboru przez pasażerów komunikacji miejskiej jako podstawowego środka lokomocji.

W ramach prac nad stworzeniem mobilnych aplikacji, pracę rozpoczęto od prostego pytania: Co Pan/Pani myśli o naszych obecnych usługach i co w nich trzeba zmienić?

Niby proste pytanie, a wychodzi naprzeciw wszelkim oczekiwaniom i zastrzeżeniom klientów. Pojęcie to często w Polsce jest stawiane na samym końcu, gdy już gotowy jest program, który nie musi wcale odpowiadać pasażerom, a ze względu na realizację przetargów niewiele już jest zmieniane. Prace w Oslo trwały do czasu zadowolenia największej ilości klientów. Prowadzone były na zasadzie określenia potrzeb, a po tym etapie, następowała weryfikacja propozycji i zapytanie o zadowolenie z prezentowanej usługi, aż do osiągnięcia planowanego poziomu zadowolenia.

Dla przykładu zakup biletu, to jedynie dwa kliknięcia w smartfonie. Dobrą zasadą zastosowaną przez Ruter As było zdanie jednego z klientów: „Wszystko powinno działać, ja nie mam o tym myśleć, dajcie mi uprawnienia, a ja chętnie do was wrócę”

Jakie wnioski nasuwają się po tej prezentacji? Moim zdaniem proste. Po pierwsze pytać klientów, bo to dla nich jest komunikacja. Po drugie rozwijać się zgodnie z ich spostrzeżeniami. Po trzecie organizować usługi tak, by ewentualne problemy były niewidoczne dla pasażerów. Po czwarte testować i jeszcze raz testować usługi na konkretnej grupie docelowej. Wszystko to sprawia, że usługi będą dostosowane w maksymalnym stopniu do klientów. Czy podobny system mógłby zacząć działać w Polsce? W wielu miastach mamy pozytywne przykłady otwierania się na potrzeby klienta. To on zaczyna być centralnym punktem w polityce firmy. A dochody? Dochody przyjdą za klientem, klientem zadowolonym.