

UTFORDRINGER



COMEBACK. Roald Morvik i AKT innrømmer at de ikke hadde hatt råd til å ta feil, en gang til.

FOTO: SHUTTERSTOCK

Fra fiasko til suksesshistorie

■ **Spørsmål:** Hvordan kan man rette opp et skadet renommé?

■ **Svar:** Ved å gjøre som AKT i Kristiansand: Lær av feilene som er gjort og gjør det mye bedre neste gang!

SANNTID

Agder Kollektivtrafikk AS (AKT) er administrasjonsselskapet for kollektivtrafikken i Agder. For 10 år siden ble det gjort forsøk



Steinar Moberg Bjørøy
Driftsansvarlig sanntid.
FOTO: AGDER
KOLLEKTIVTRAFIKKAS

med et system for sanntidsinformasjon for kollektivtrafikken her, men dette fungerte dårlig og selskapets rykte ble skadet.

- Det systemet var vi pilotkunder på. Det var ikke tidligere utprøvd og vi fikk alle barnesykdommene, sier Steinar Moberg Bjørøy som er driftsleder for sanntid og billettering i AKT.

Nytt system

I år har de tatt i bruk et nytt system, og nå ser alt mye bedre ut. - Vi har sett gjennom hele prosessen at vi ikke har hatt råd til å ta feil. Vi er en så liten orga-

nisasjon at vi ikke har muligheten til å gå inn i større utviklingsprosjekter, sier informasjonssansvarlig Roald Morvik i AKT.

Måtte fungere

Systemet som ble satt i drift i 2003, ble slått av i 2008 etter mye frustrasjon underveis. Mange var derfor skeptiske når AKT på nytt startet opp et prosjekt med sanntid.

- Men i anbudet var vi her veldig klare på at leverandørene måtte vite at systemet fungerte fra dag én. En av forutsetningene var at det skulle være prøvd ut tidligere og at de kunne vise at det fungerte, sier

Bjørøy. Leverandøren har vist dette gjennom bruk av systemet i kollektivtrafikken i Göteborg.

- Prosjektet har gått veldig bra og vi har holdt fremdriftsplanen. Noen ganger har enkeltkomponenter falt ut, men dette har vi fikset raskt.

AKT lærte mye av det som gikk galt forrige gang. - Vi har hatt en prosjektleder som har erfaring fra sanntidsinformasjon i Oslo, og det har vært en nyttig ressurs. Vi har også sett hva som har fungert hos andre og hentet det beste derifra, sier Morvik.

RAGNAR LERFALDE

redaksjonen@mediaplanet.com

5 TIPS

1 I Kristiansand-sområdet benyttes sanntid nå på 120 busser og 35 holdeplasser. Det er holdeplassannonsering i bussene både på skjerm og ved opprop.

2 Det er utvendig skilting på bussene og opprop utvendig på hver holdeplass. Det er også skilt med sanntid på de mest trafikkerte holdeplassene. Disse viser prognoser for avganger.

3 Sanntidsinformasjonssystemet bygger på sammenkobling av GPS-teknologi og informasjon fra kjøretøydatamaskinen i hver enkelt buss. Den sammenstilte informasjonen gir hvert kjøretøy en posisjonsgangivelse, som igjen gir grunnlag for automatisk å utarbeide prognoser for når bussen forventes å forlate holdeplassen.

4 AKT kan legge ut avviksmeldinger på skjermene på holdeplassene. Dette kan gjelde for eksempel en bussavgang som innstilles på grunn av motorhavari.

Sanntidsinformasjon legges også ut på Internett. For tiden testes det også ut en app til smarttelefoner som kan gi samme informasjon.

De reisende er fornøyde

Det nye systemet med sanntidsinformasjon fra AKT er blitt svært godt mottatt.



Roald Morvik
Informasjonsrådgiver

FOTO: AGDER
KOLLEKTIVTRAFIKKAS

- Tilbakemeldingene vi får fra publikum og leserinnlegg i avisene tyder på at folk er fornøyde med det nye systemet. Det virker som om folk allerede har tatt det til seg og stoler på at informasjonen er korrekt, sier informasjonssansvarlig i AKT, Roald Morvik.

Tidligere var det et problem at sjåførene kjørte før tiden. Nå er imidlertid regulariteten mye bedre.

Servicemeldinger

- Vi ser nytten i å blant annet kunne publisere servicemeldinger i systemet. De ansatte er også for-

nøyde. Kundeservice er mest berørt, og de er veldig fornøyde med at de nå kan gi konkrete tilbakemeldinger på hvor de forskjellige bussene er.

Kvalitet hele veien

Morvik mener systemet også har en god opp-

dragende effekt. - Det setter større krav til oss som leverandører. Vi kan ikke slurve med rutedata eller lignende, det må være kvalitet hele veien.

RAGNAR LERFALDE

redaksjonen@mediaplanet.com