



KUNDETILFREDSHED 2017

EPINION

SYDTRAFIK

OKTOBER 2017



INDHOLD

BAGGRUND FOR UNDERSØGELSEN.....	3
UNDERSØGELSENS METODE	5
KONKLUSIONER OG ANBEFALINGER.....	8
RESULTATER - TILFREDSHEDSMODEL.....	12
RESULTATER - OVERORDNEDE PARAMETRE.....	19
RESULTATER - BUSTUREN.....	27
RESULTATER - LOYALITET.....	31
RESULTATER - IMAGE.....	38
RESULTATER - KUNDEOPLEVELSEN.....	40
RESULTATER - KONTAKTPUNKTER.....	43
BAGGRUND, REJSEMØNSTER OG DEMOGRAFI.....	54



BAGGRUND FOR UNDERSØGELSEN

Baggrund

- Sydtrafik er et trafikselskab for den kollektive trafik i Syd- og Sønderjylland. Opgaven omfatter al trafik, der får offentlig støtte. Det vil sige bybusser, regionalbusser, lokalbusser og Vestbanen samt Flextrafik.
- Sydtrafik er ejet af kommunerne og Region Syddanmark, og betjener disse. Sydtrafik planlægger, koordinerer og leverer den bestilte kollektive trafik. Kørslen udbydes på kontrakt til private vognmænd, der udfører kørslen for Sydtrafik.
- Sydtrafik ønsker løbende at måle kundernes tilfredshed og brug af busser.
- I sidste ende skal undersøgelsen således understøtte arbejdet med at sikre et attraktivt produkt, som sikrer at mange har lyst til at tage bussen (både fastholde eksisterende kunder og tiltrække nye kunder)

Formål

- Formålet med undersøgelsen er at frembringe viden om kunderne og deres opfattelse af produkt og service, hvilket danner grundlag for evaluering af tidligere indsatser men samtidig også er udgangspunkt for udvikling af produkter og service
- Succeskriterierne for kundetilfredshedsundersøgelsen er, at den skal:
 - dække et repræsentativt udsnit af Sydtrafiks rutenet, kundegrupper og vognmænd.
 - give et generelt indtryk af kundernes tilfredshed med Sydtrafik.
 - identificere de indsatsområder, hvor en indsats giver størst effekt på kundetilfredsheden.
 - give mulighed for sammenligning med andre trafikselskabers performance.
 - danne grundlag for fremtidige analyser.

BAGGRUND FOR UNDERSØGELSEN

Metode

- Undersøgelsen er gennemført i Sydtrafiks by- og landbusser
- Dataindsamlingsperioden er foregået i uge 38-40, hvor data er indsamlet ved hjælp af personlige interviews.
- I alt bygger undersøgelsen på 1075 respondenter, som er blevet interviewet på følgende buslinjer: By- og landbusserne i områderne syd, vest og øst.
- Antal respondenter i tidligere undersøgelser for Sydtrafik:
 - 2016: n= 1089
 - 2015: n= 1049
 - 2014: n= 1116
 - 2013: n= 1085

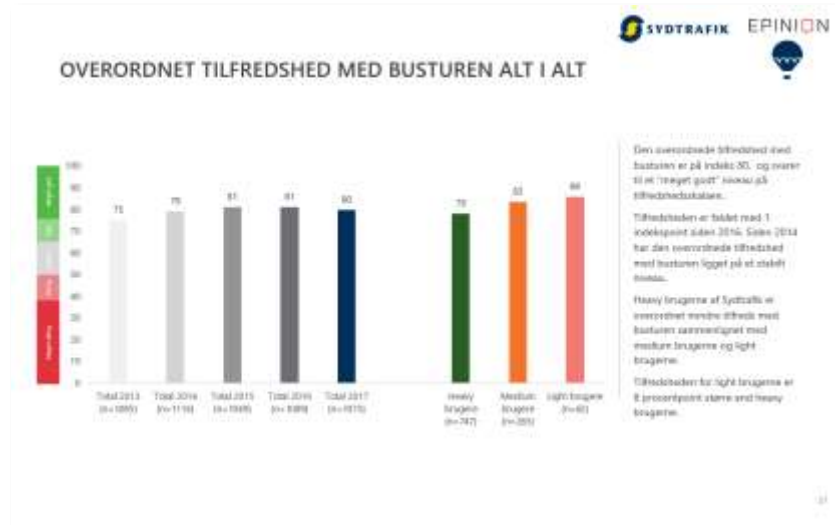


UNDERSØGELSENS METODE – FORKLARING AF GRAFIKKER



Gennem denne rapport bruges der indekstal for de fleste spørgsmål. Dette betyder, at brugernes besvarelse beregnes til en værdi i en skala fra 0-100. Gennem en lang række undersøgelser er der konsensus om fortolkningen af hvert niveau. Måden hvorpå de enkelte niveauer skal fortolkes er vist til venstre.

Alle værdier på 75 og derover skal fortolkes som "meget god". Værdier mellem 65 og 75 skal fortolkes som "god", 50-64 fortolkes som "middel", 40-49 fortolkes som "dårlig" mens 0-39 fortolkes som "dårlig"



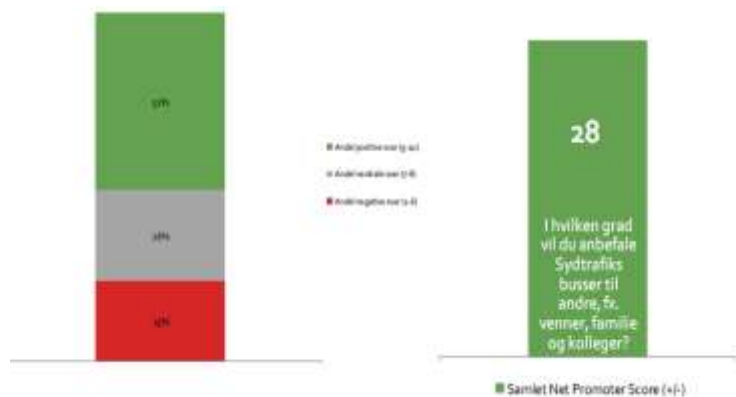
UNDERSØGELSENS METODE – FORKLARING AF GRAFIKKER

Der er i denne rapport benyttet Net Promoter Score (NPS). NPS fokuserer på antallet af tilfredse kunder (Promoters) i forhold til antallet af utilfredse kunder (Rejectors).



$$\text{NPS} = \text{Positiv} - \text{Negativ}$$

Net Promoter Scoren vil rapporteres på to forskellige måder gennem rapporten. Først fordelingen af negative, neutrale og positive besvarelser som vist til venstre nedenfor. Herefter beregnes Scoren, som vist nedenfor til højre.



UNDERSØGELSENS METODE – OPDELING AF REJSEFREKVENNS

Angivet rejsefrekvens	Inddelt rejsefrekvens i rapporten
Dagligt	Heavy brugere (70%)
3-5 gange ugentligt	
1-2 gange ugentligt	Medium brugere (25%)
2-3 gange ugentligt	
1 gang om måneden	
2-3 gange halvårligt	Light brugere (5%)
1 gang hvert halve år	
1 gang om året	
Sjældnere	

HOVED KONKLUSIONER





OPSUMMERING I

OVERORDNET TILFREDSHED MED BUSTUREN

Den overordnede tilfredshed med Sydtrafik er stabil på et "meget godt" niveau.

Den overordnede tilfredshed ligger stabilt for Sydtrafik. Der er sket et marginalt fald på 1 indekspoint, men niveauet ligger stadig solidt i området "Meget godt" på 80 indekspoint.

Heavy brugernes tilfredshed ligger på et "meget godt" niveau, men er stadig det brugersegment med den laveste tilfredshed.

Opdeles den overordnede tilfredshed på rejsefrekvens, er der uenighed blandt brugerne af Sydtrafik. Heavy brugerne har en tilfredshed på 78 indekspoint, hvilket er den laveste tilfredshed blandt alle segmenter. Dette er samme tendens som i de foregående undersøgelser for Sydtrafik, og er ligeledes en tendens, som gør sig gældende i den kollektive trafik i Danmark generelt. Sydtrafik har et stabilt niveau af heavy brugere på ca. 70% af brugerne.

Medium brugerne har en tilfredshed på 83 indekspoint og light brugerne har en tilfredshed på 86 indekspoint.



OPSUMMERING II

LOYALITET

Loyaliteten overfor Sydtrafik er stabil, men er faldet marginalt siden 2016.

Loyaliteten overfor Sydtrafik er faldet med 2 indekspoint siden 2016, men ligger stadig på et "middel" niveau. Loyalitet er faldet marginalt hvert år siden 2014.

Sydtrafiks NPS er positive, men er faldet siden sidste måling.

Hvorvidt brugerne vil anbefale Sydtrafik til andre er målt i Net Promoter Scoren. I 2017 ligger NPS på 7 (Promoters 36%, Detractors 27%). Der er således sket et fald på 21 siden 2016. Faldet skyldes især en stigning i andelen af passives.

Brugernes villighed til at anvende Sydtrafik, selvom man har andre transportmuligheder, er steget til 52, hvilken er en stigning på 1 indekspoint siden 2016.

IMAGE

Sydtrafiks image er faldet siden sidste år, men er stadig på et "godt" niveau.

Sydtrafiks image er på 67 indekspoint, hvilket svarer til et fald på 5 indekspoint siden 2016. Sydtrafiks image ligger stadig på et "godt" niveau.

Image opfattes næsten ens blandt heavy brugerne og medium brugerne, mens det opfattes væsentligt dårligere blandt light brugerne.



OPSUMMERING III

KUNDEOPLEVELSEN

Kundeoplevelsen ligger stabilt på et "meget godt" niveau.

Den overordnede kundeoplevelse ligger på et "meget godt" niveau med et indeks på 81 – samme niveau som i 2016. 6 ud af 8 forhold ligger på niveauet "meget godt", mens indeklimaet og støjniveauet i bussen ligger på et "godt" niveau med hhv. 74 og 72 indekspoint. Chaufførernes kørsel, service og overholdelse af køreplanen er parametre, som er steget siden 2016.

Heavy brugernes kundeoplevelsen ligger på et "meget godt" niveau.

Heavy brugerne er overordnet mindst tilfredse med kundeoplevelsen, mens light brugerne er de mest tilfredse. Tilfredsheden blandt heavy brugerne er dog stadig på et "meget godt" niveau.

KONTAKTPUNKTER

Tilfredsheden med kontaktpunkterne er på et "godt" niveau, men er faldet det seneste år.

Den overordnede tilfredshed med kontaktpunkterne ligger på 67 indekspoint, og befinder sig i bunden af et "godt" niveau. I 2016 var tilfredsheden med kontaktpunkterne på 70 indekspoint. Den nuværende tilfredshed er således faldet med 3 indekspoint siden 2016.

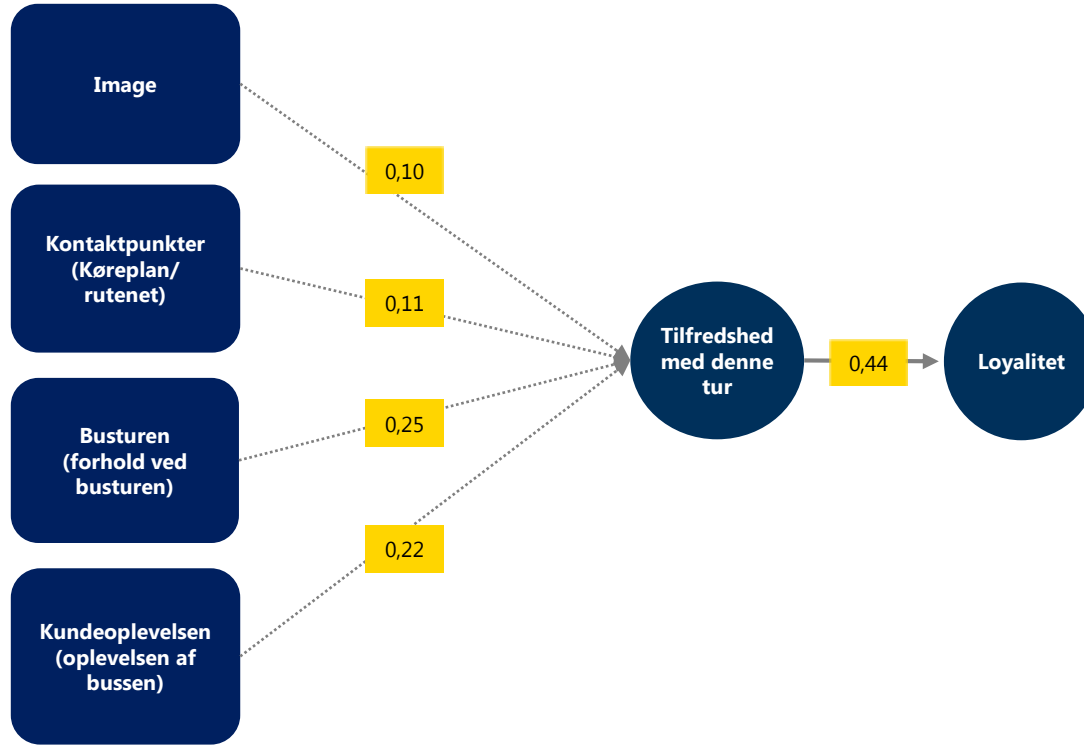
Brugerne er mindst tilfredse med informationen om forsinkelser og aflysninger, og ligger med et indeks på 49 på et "dårligt" niveau. Det er dog en stigning på 7 indekspoint siden 2016.

Ventetiden ved skift til andre tog og busser har en tilfredshed på 68 indekspoint blandt brugerne, hvilket svarer til et fald på 7 indekspoint siden 2016.

RESULTATER TILFREDSHEDSMODEL



REGRESSION – PASSAGERTILFREDSHED OG LOYALITET



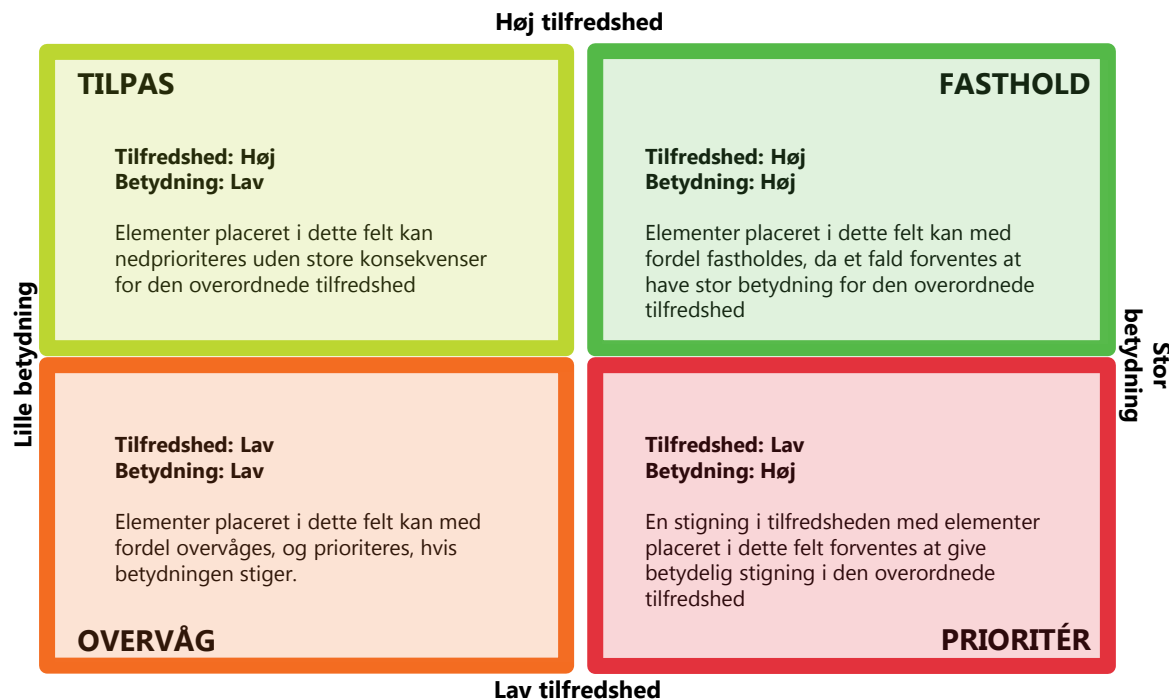
Modellen viser hvilke parametre, der påvirker den overordnede tilfredshed med den aktuelle bustur. Den overordnede tilfredshed med busturen skabes på baggrund af et samspil af flere parametre. Derudover illustreres betydningen af brugernes tilfredshed med busturen ift. deres loyalitet overfor Sydtrafik.

Samtlige sammenhænge i modellen er statistisk signifikante, og indikerer at forhold omkring 'Image', 'kontaktpunkter', 'busturen' og 'kundeoplevelsen' har en betydning for kundernes tilfredshed – og derigennem deres loyalitet overfor Sydtrafik.

Oplevelsen af forholdene omkring busturen har den største betydning for brugernes tilfredshed. Ved at øge tilfredsheden med forholdene omkring busturen med 1 procentpoint, vil den samlede tilfredshed med busturen øges med 0,25 procentpoint.

PRIORITERINGSKORT

Hvad er et prioriteringskort?



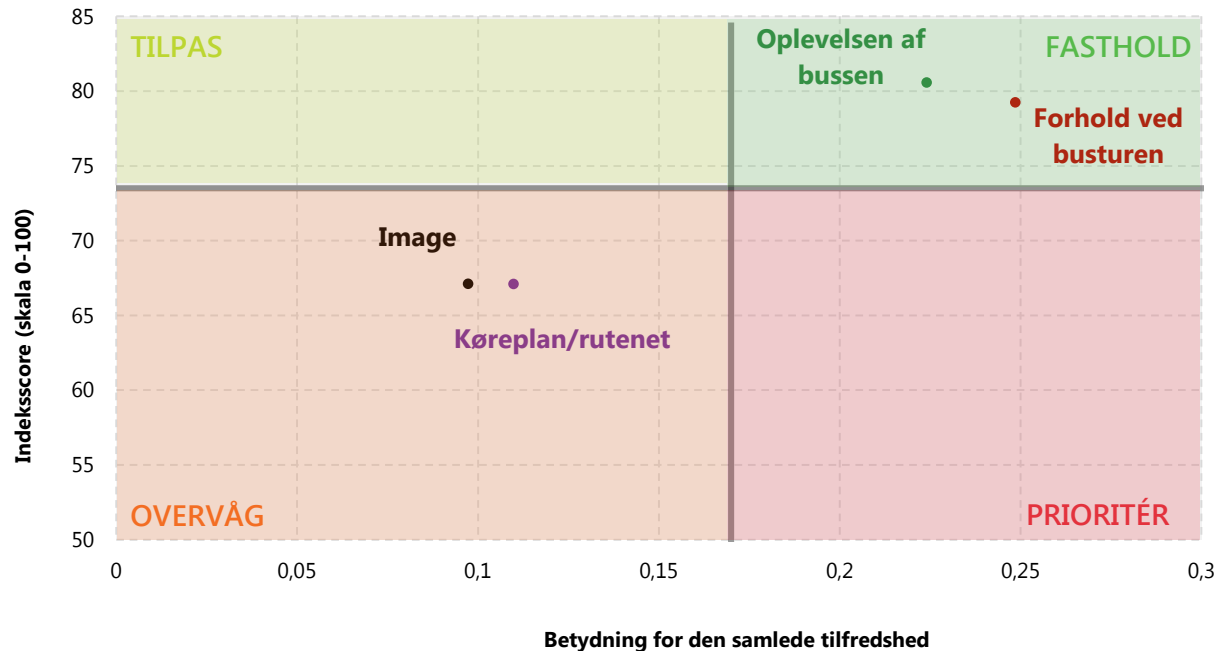
Et prioriteringskort ordner de forskellige elementer i fire kasser efter den gennemsnitlige tilfredshed, og elementets betydning for den rejsendes tilfredshed

Gennemsnitlig tilfredshed er udregnet på en skala fra 0 (Meget utilfreds) til 100 ("Meget tilfreds").

Punkter i kasserne til venstre har lav betydning for den samlede tilfredshed og punkter i kasserne til højre har stor betydning for den samlede tilfredshed. Det nuværende niveau af tilfredshed kan aflæses vertikalt.

Prioriteringskortet fokuserer kun på områdernes betydning for de rejsendes tilfredshed. Punkter med lav betydning i prioriteringskortet kan derfor sagtens være vigtige for Sydtrafik i andre sammenhænge.

PRIORITERINGSKORT – OVERORDNEDE DIMENSIONER



FASTHOLD: Blandt de rejsende i bybusserne har oplevelsen af bussen samt forhold ved busturen både stor betydning for den samlede tilfredshed samtidig med, at der er stor tilfredshed med disse forhold.

OVERVÅG: Der er en relativt lav grad af tilfredshed med Sydtrafiks image og køreplanen/rutenettet. Disse områder har dog samtidig lav betydning for den overordnede tilfredshed med busturen – disse bør derfor overvåges, men ikke prioriteres.

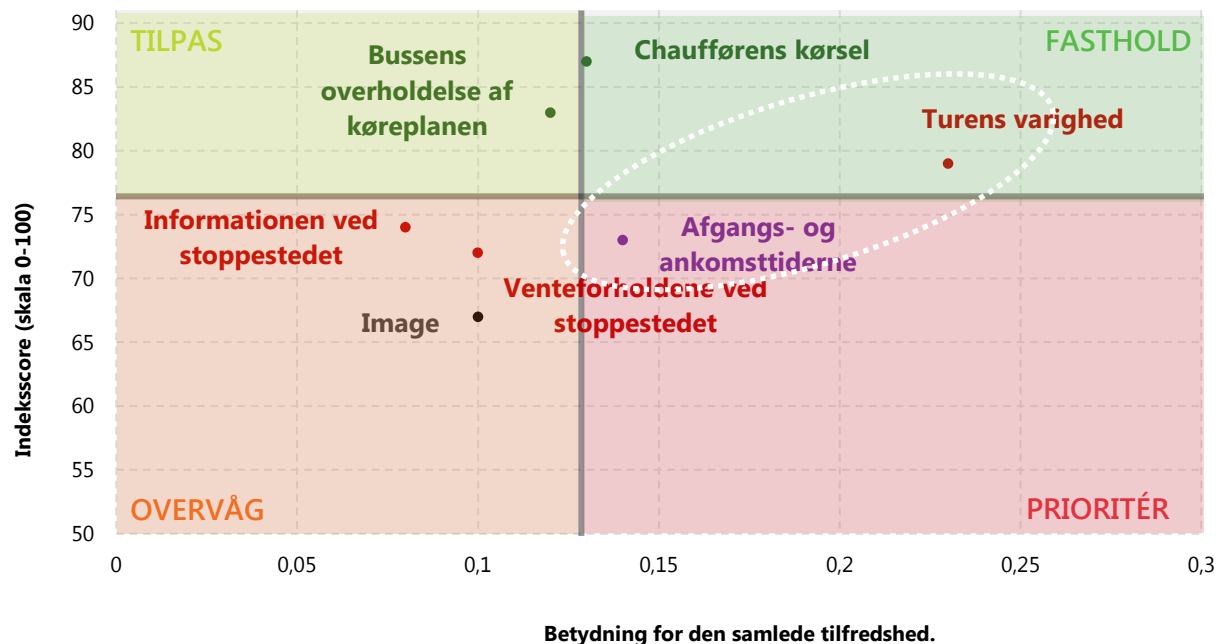
Der er ingen af forholdene som har en lav betydning og høj tilfredshed (**TILPAS**) eller stor betydning og lav tilfredshed (**PRIORITÉR**)

Næste slide vises alle parametre under hvert område:

- **Rød skrift:** Forhold ved busturen
- **Grøn skrift:** Oplevelsen af bussen
- **Lilla skrift:** Køreplanen/rutenettet
- **Sort skrift:** Image

PRIORITERINGSKORT – UNDERLIGGENDE PARAMETRE

Der er signifikant sammenhæng mellem 7 af de 18 parametre og den overordnede tilfredshed med busturen.



Når vi ser på de underliggende parametre og deres betydning for tilfredsheden, opnår vi væsentlige nuanceringer sammenlignet med placeringen af de overordnede forhold.

FASTHOLD: Turens varighed har den største betydning for den overordnede tilfredshed mens chaufførens kørsel lige placerer sig i fastholdelseshjørnet

OVERVÅG: Der er en relativt lav grad af tilfredshed med Sydtrafiks image, information og venteforholdene ved stoppestedet. Disse områder har dog samtidig lav betydning for den overordnede tilfredshed med busturen – disse bør derfor overvåges, men ikke prioriteres.

TILPAS: Brugerne har en relativ høj tilfredshed med bussernes overholdelse af køreplanen, men det grænser kun op til at være afgørende for tilfredsheden

PRIORITÉR: Afgangs- og ankomsttiderne er det eneste forhold, som tydeligt placerer sig som et parameter, der har en stor betydning for tilfredsheden, men hvor der er relativt lav tilfredshed

OVERSIGT OVER EFFEKTER OG TILFREDSHED (INDEKS)

Tabellen viser indeksscore og betydning for tilfredshed for samtlige underliggende parametre

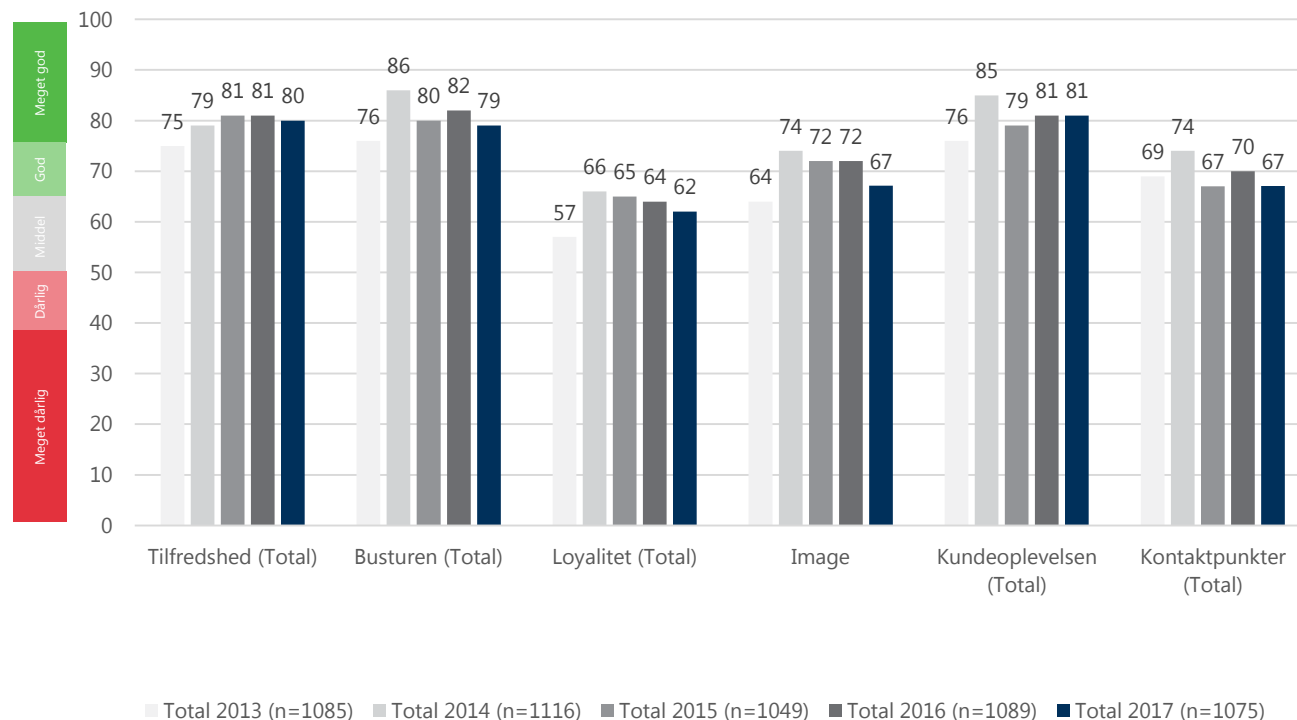
Område (tilfredshed med..)	Indeksscore	Effekt	Spørgsmål (tilfredshed med)	Indeksscore	Effekt
Image	67	0,10	Et trafikselskab, der har et godt omdømme	67	0,10
			Afgangs- og ankomsttiderne	73	0,14
Kontaktpunkter (Køreplan/rutenet)	67	0,11	Ventetiden ved skift til andre busser eller tog	61	*
			Prisen for denne rejse	73	*
			Information om forsinkelser og aflysninger	49	*
Busturen (forhold ved bussen)	79	0,25	Venteforholdene ved stoppestedet	72	0,10
			Turens varighed	79	0,23
			Informationen ved stoppestedet	74	0,08
			Muligheden for at købe billet/kort til rejsen	83	*
			Billet-/korttypen, som du rejser på	88	*
Kundeoplevelsen (oplevelsen af bussen)	81	0,22	Chaufførens kørsel	87	0,13
			Bussens overholdelse af køreplanen	83	0,12
			Bussens udvendige rengøring og vedligeholdelse	82	*
			Indeklimaet i bussen	74	*
			Den indvendige rengøring	80	*
			Antallet af ledige siddepladser i bussen	80	*
			Støjniveauet i bussen	72	*
			Chaufførens kundeservice	87	*

* Indikerer ikke signifikans. Kun signifikante sammenhænge er medtaget i foregående prioriteringskort for de underliggende parametre.

RESULTATER OVERORDNEDE PARAMETRE



ÆNDRING I KPI'ER



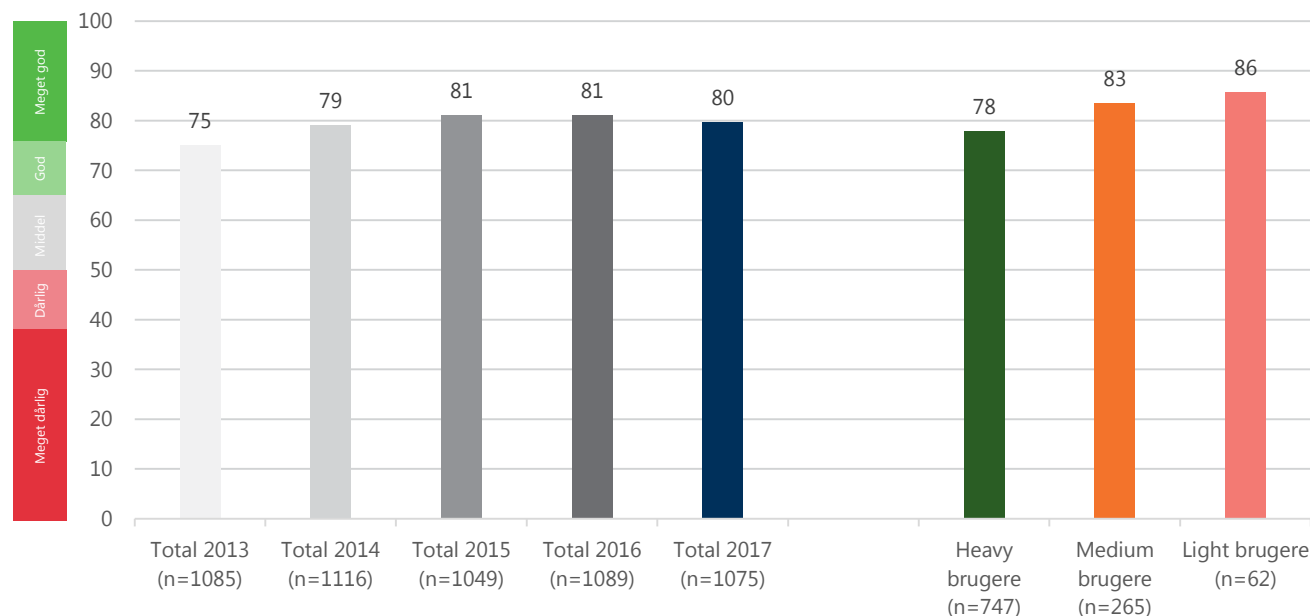
Kundernes overordnede tilfredshed er faldet marginalt siden 2016.

Tilfredsheden med Sydtrafik er faldet på 5 ud af 6 parametre siden 2016, men flere parametre ligger på niveau med tallene i 2015 eller 2014

Tilfredsheden med oplevelsen af busturen er faldet med 3 procentpoint, loyaliteten er faldet med 2 indekspoint, Sydtrafiks image er faldet med 5 indekspoint, mens tilfredsheden med kontaktpunkterne er faldet med 3 indekspoint.

Kundeoplevelsen er uændret siden 2016.

OVERORDNET TILFREDSHED MED BUSTUREN ALT I ALT



Den overordnede tilfredshed med busturen er på indeks 80, og svarer til et "meget godt" niveau på tilfredshedsskalaen.

Tilfredsheden er faldet med 1 indekspoint siden 2016. Siden 2014 har den overordnede tilfredshed med busturen ligget på et stabilt niveau.

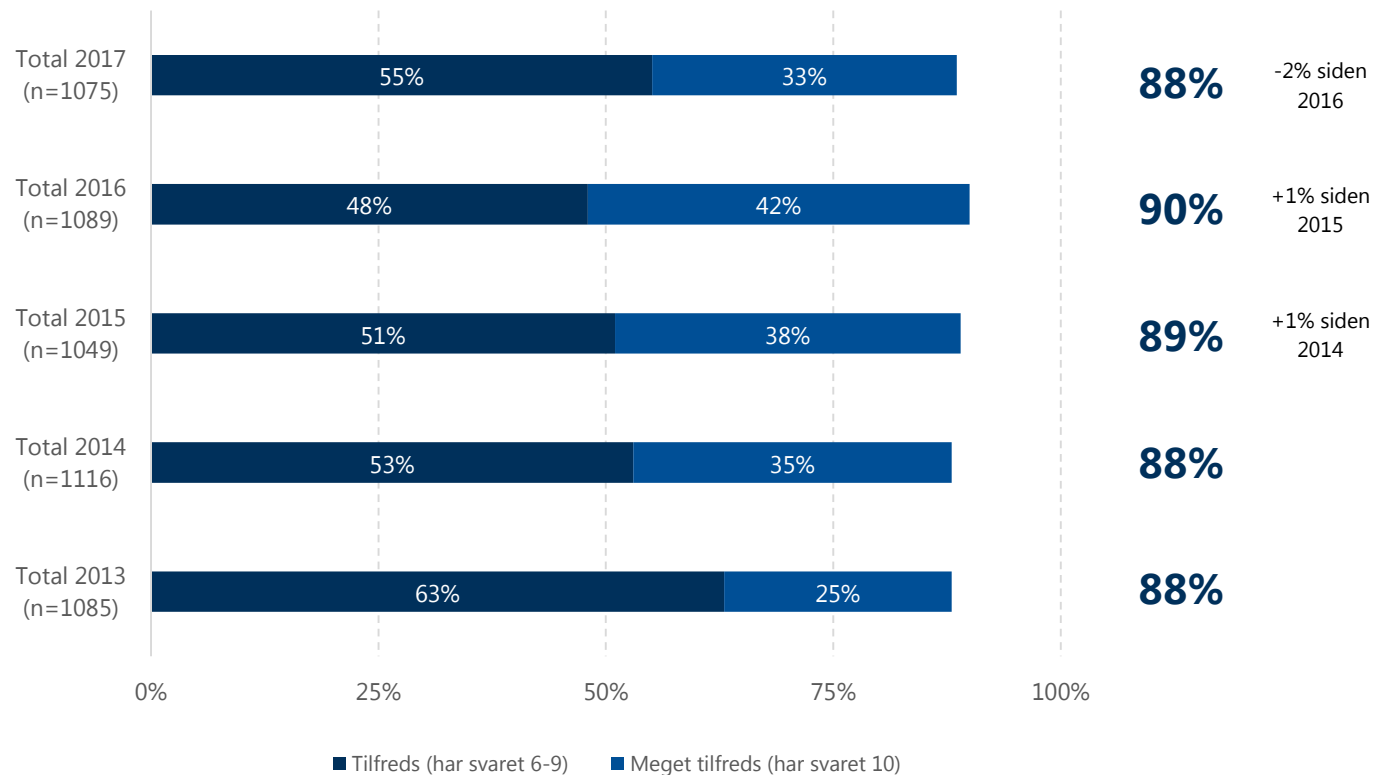
Heavy brugerne af Sydtrafik er overordnet mindre tilfreds med busturen sammenlignet med medium brugerne og light brugerne.

Tilfredsheden for light brugerne er 8 procentpoint større end heavy brugerne.

OVERORDNET TILFREDSHED MED BUSTUREN

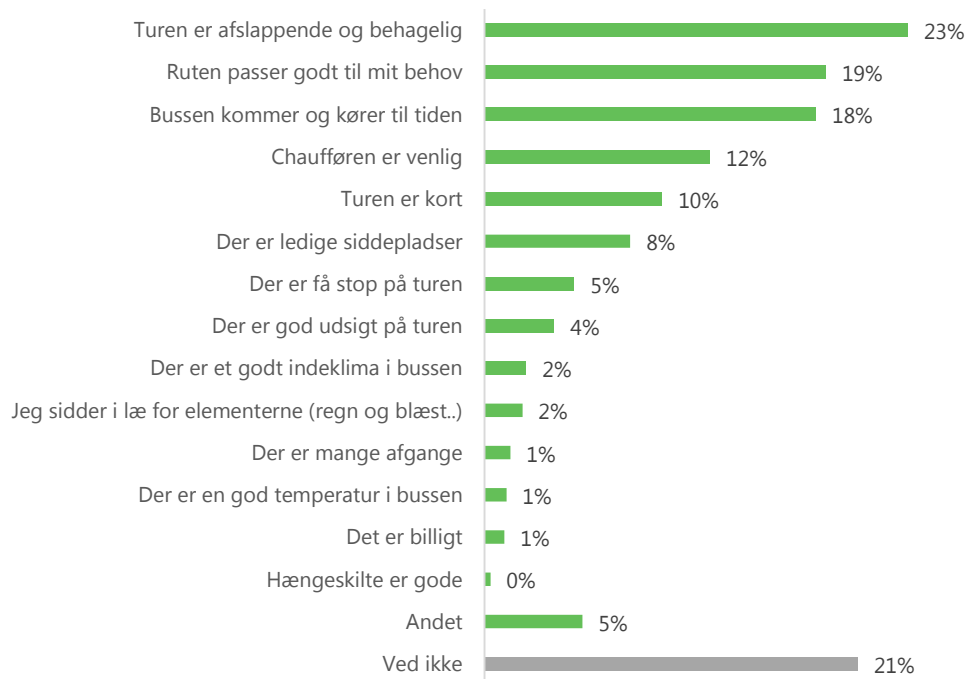
88% af brugerne har i 2017 en overordnet tilfredshed mellem 6 og 10 – det er et fald på 2 procentpoint siden 2016.

Tallene ligger meget stabilt fra 2013-2017, og det marginale fald mellem 2016 og 2017 skuldes skyldes, at faldet i meget tilfredse (9%-point) ikke opvejes helt af stigningen af tilfredse (7%-point). 2017-fordelingen ligner i meget høj grad fordelingen i 2014.



TILFREDSE KUNDER SYNES GODT OM...

Hvad synes du er godt ved turen? (n=910)



De tilfredse brugere nævner i højest grad at "turen er afslappende og behagelig", som noget de synes godt om ved busturen efterfulgt af turen passer til ens behov og at bussen kommer og kører til tiden.

En relativ stor del af de adspurgte brugere - 21% - ved ikke hvad de specifikt synes er godt ved busturen.



UTILFREDSE KUNDER VIL GERNE HAVE...

Hvad kunne gøre busturen bedre? (n=165)



De utilfredse brugere efterspørger i højest grad flere afgange, færre forsinkelser og en kortere tur.

16% af brugerne har angivet, at de ikke ved, hvad der kan gøre busturen bedre.

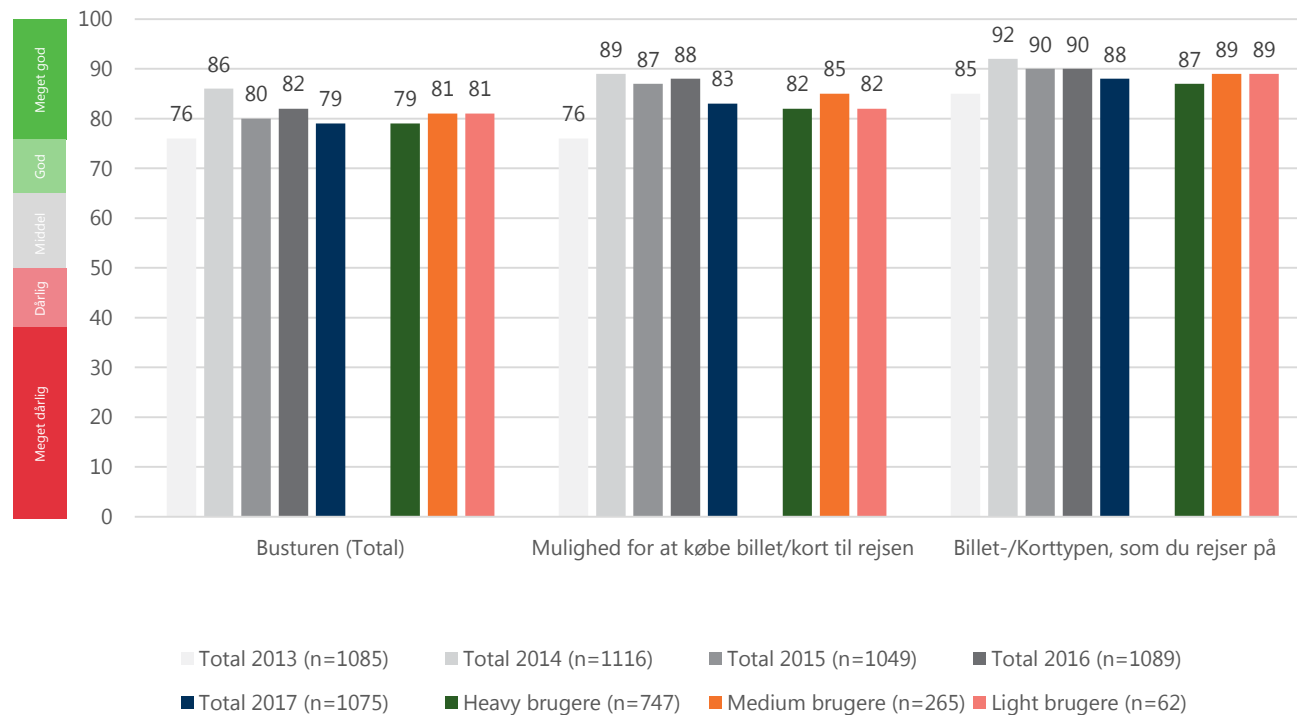
12% af de utilfredse brugere efterspørger andre ting, som kan gøre busturen bedre – her nævnes der især, at man ønsker at få den tidligere ruteplanlægning tilbage.

RESULTATER BUSTUREN





TILFREDSHED MED BUSTUREN (1/2)



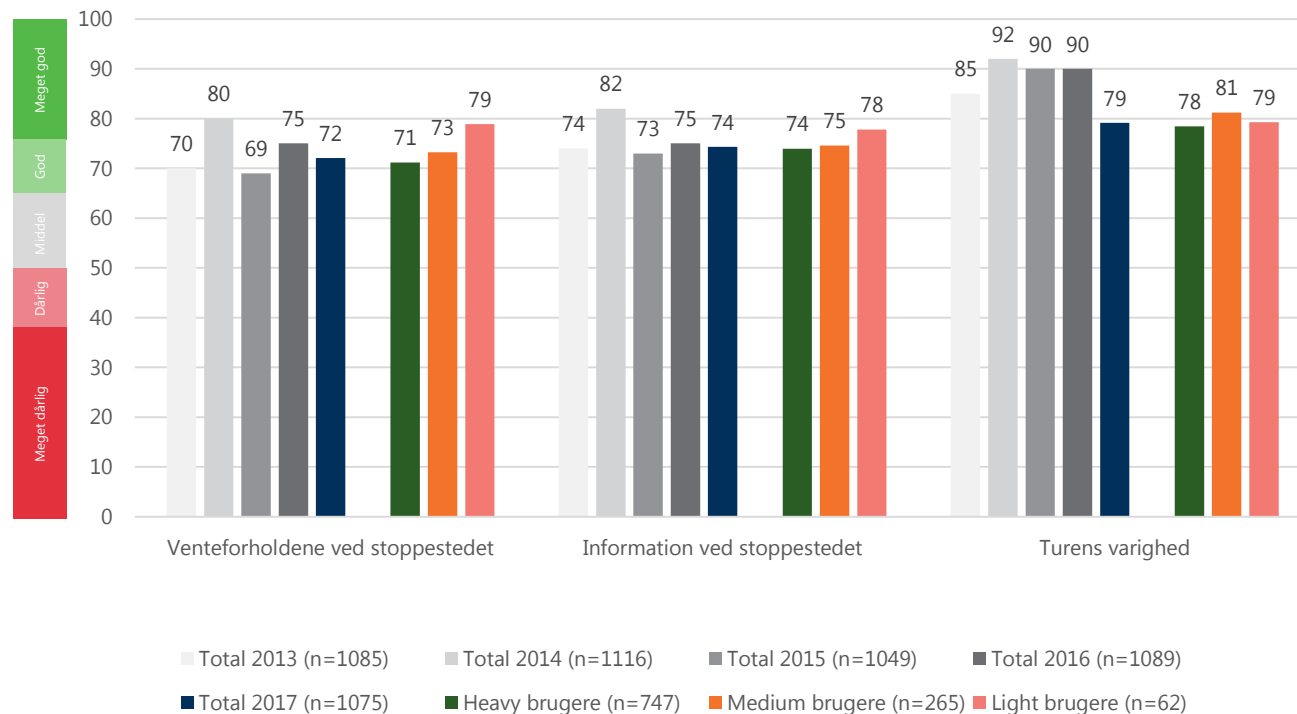
Den totale tilfredshed med busturen er på indeks 79. Det er et fald på 3 indekspoint sammenlignet med tilfredsheden i 2016.

Generelt ligger tallene nogle på indekspoint under de seneste par år men over 2013.

Det er stadig billetten-/korttypen der rejses på, som brugerne er mest tilfredse med.



TILFREDSHED MED BUSTUREN (2/2)



På samtlige parametre er der sket et marginalt fald i brugernes tilfredshed. Tilfredsheden med busturens varighed er dog faldet markant. Der er dog også flere i 2017 sammenlignet med 2016, som angiver, at deres tur varighed er over 30 min: 22% i 2016 mod 27% i 2017. Dette kan forklare dette fald.

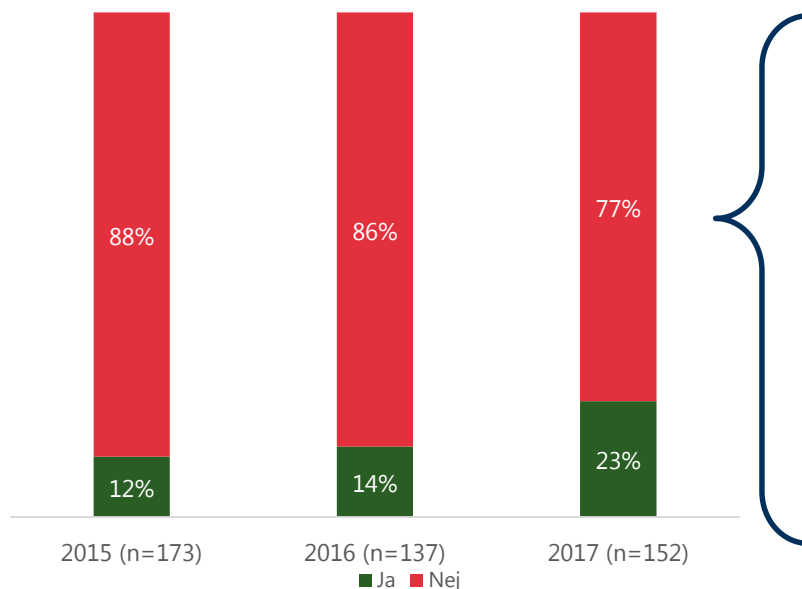
Light brugerne er mest tilfredse med forholdene ved stoppestederne, mens medium brugerne har den højeste tilfredshed når det kommer til turens varighed.



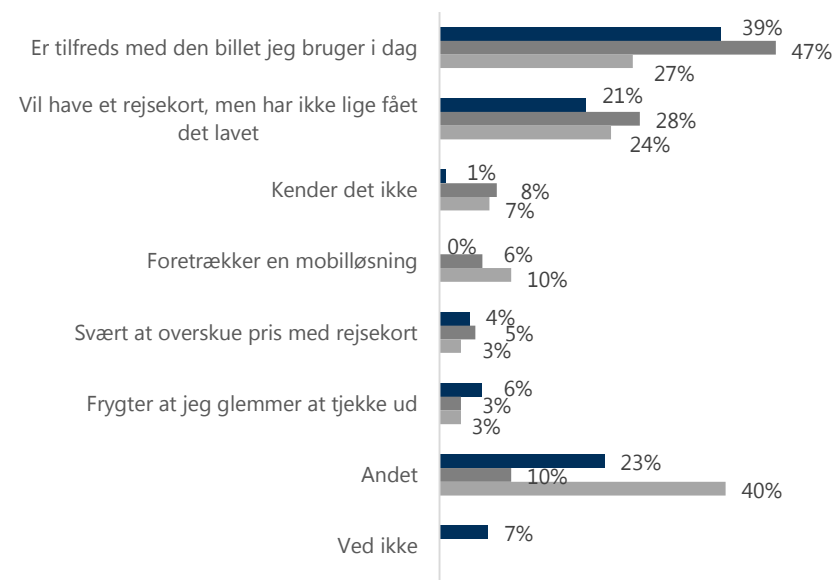
REJSEKORT

De kunder som har rejst på enkeltbillet eller SMS/mobil-billet, er blevet spurgt om de har et rejsekort. Efterfølgende er de kunder, som ikke har et rejsekort blevet spurgt til, hvad årsagen er til, at de ikke har et rejsekort.

Har du rejsekort? (n=152)



Hvad er årsagen til, at du ikke har et rejsekort? (n=117)



■ 2017 (n=117) ■ 2016 (n=118) ■ 2015 (n=152)

Base: Har rejst på enkeltbillet el. SMS/Mobil-billet på denne rejse

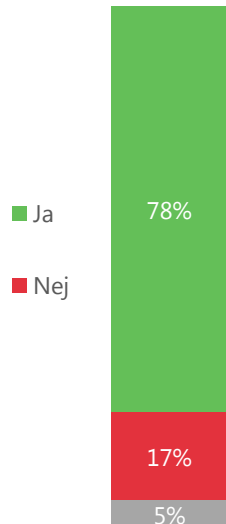
Base: Har rejst på enkeltbillet el. SMS/Mobil-billet på denne rejse, og ejer ikke et rejsekort



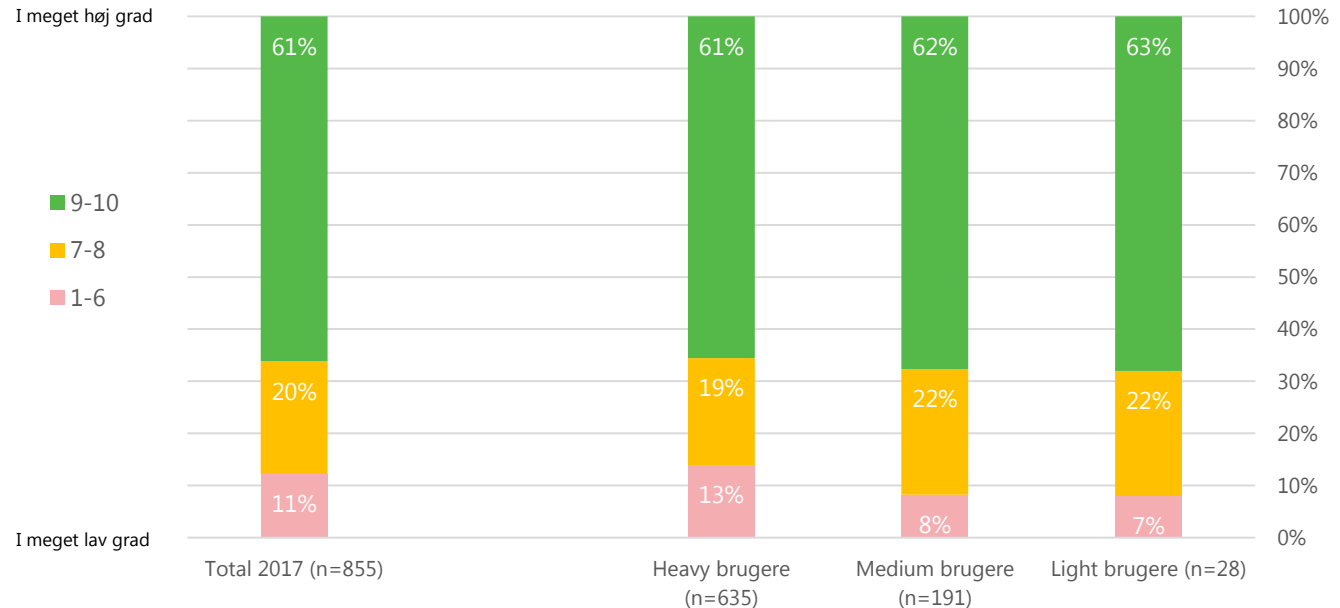
IND-/UDCHECKNING MED REJSEKORTPRODUKTER

61% af alle der har rejst på skolekort, rejsekort, pendlerkort eller rejsekort med pendlerkombi på rejsen svarer 9 eller 10 på en skala fra 1-10 om i hvor høj grad de er villige til ind/ud checkning for at få en bedre køreplan

Ved du, at alle passagerer med rejsekortprodukter skal foretage ind-/udcheckning i Sydtrafiks busser? (n=703)



I hvor høj grad er du villig til at foretage ind-/udcheckning for, at det vil kunne give dig og andre passagerer en bedre køreplan? **10 = I meget høj grad; 1 = I meget lav grad** (n= 703)



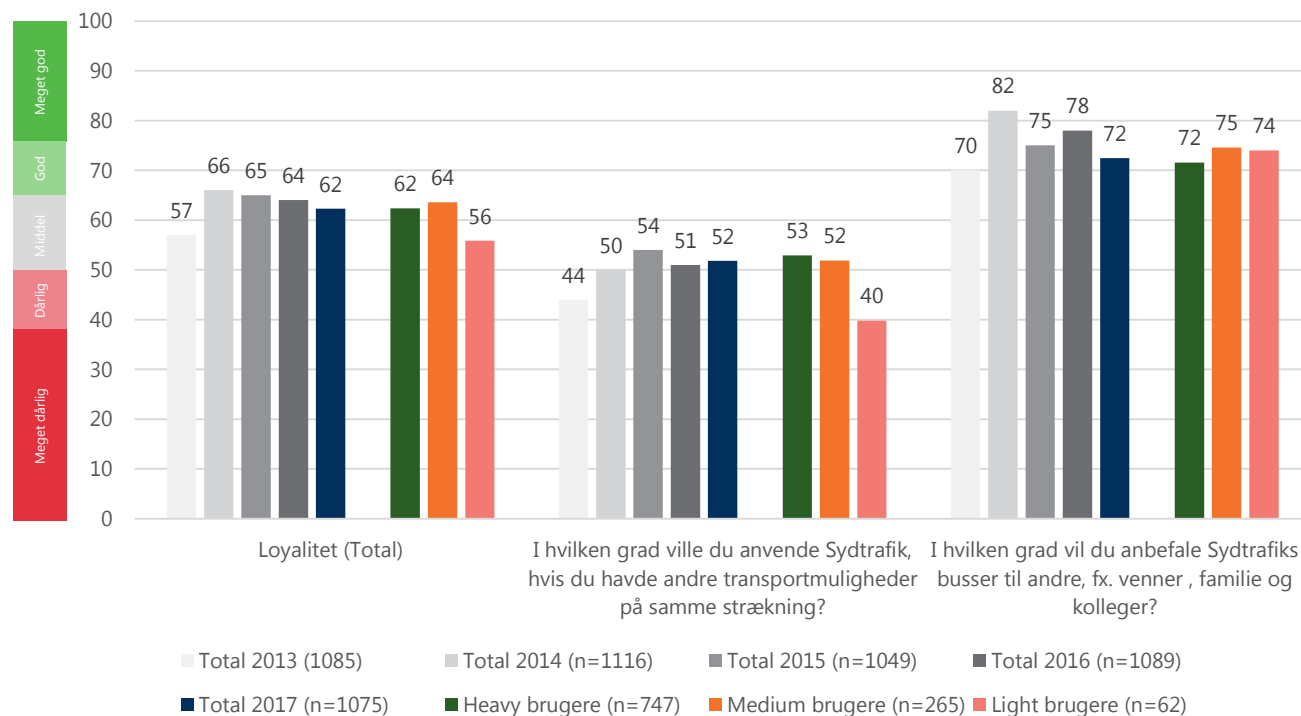
Base: Har rejst på skolekort, rejsekort, pendlerkort eller rejsekort med pendlerkombi på denne rejse

RESULTATER LOYALITET





LOYALITET



Brugernes loyalitet er faldet med 2 indekspoint siden 2016. Loyaliteten ligger stadig på et middelniveau med et indeks på 62.

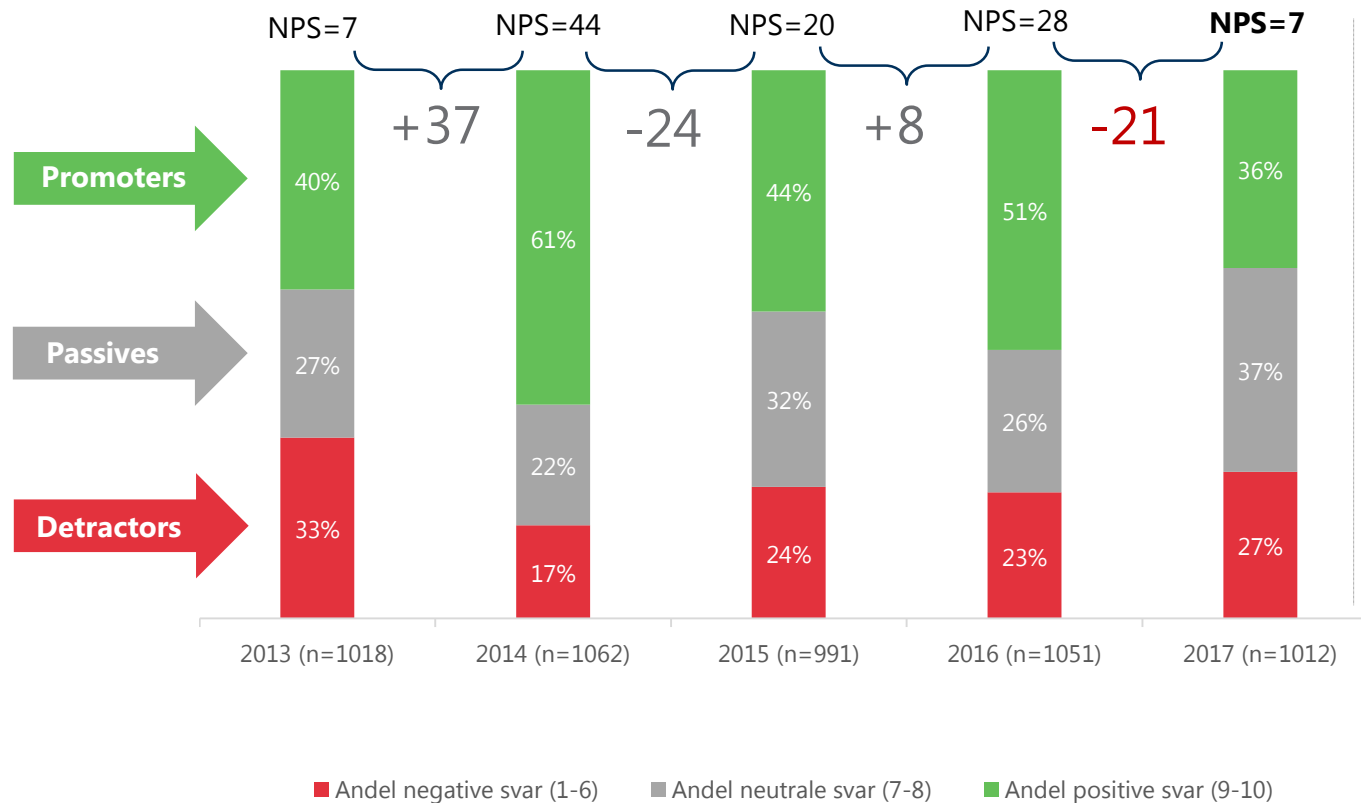
Der er især sket et fald i brugernes villighed til at anbefale Sydtrafik til familie og venner – indeks er gået fra 78 i 2016 til 72 i år, og er således faldet fra niveauet "meget god" til "god".

Hvorvidt brugerne vil anvende Sydtrafik, hvis der er andre transportmuligheder, ligger på 52, og er i den nederste del af middel-intervallet.

Light brugerne de mindst loyale i forhold til, om man vil anvende Sydtrafik, hvis man har andre transportmuligheder.



ANBEFALE TIL ANDRE – NET PROMOTER SCORE



Sydtrafik har nu en Net Promoter Score på 7, hvilket er et fald på 21 siden 2016.

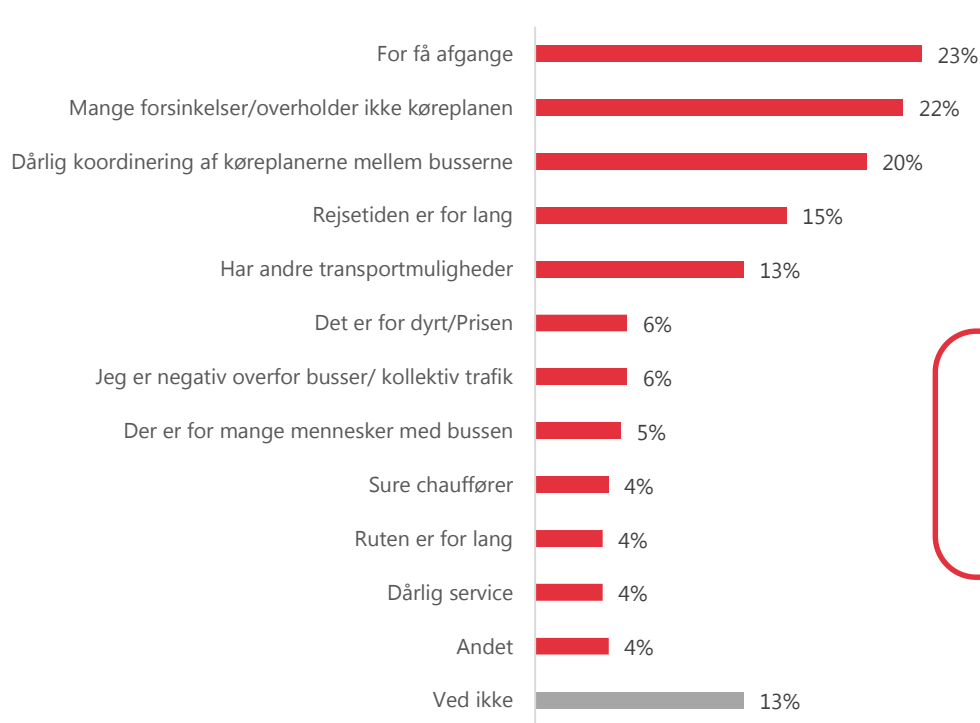
Der er især sket en stigning i "passives", som er den del af brugerne, som har angivet neutrale svar og et fald i "promoters" mens "detractors" ligger nogenlunde på niveau med tidligere, dog med en mindre stigning.

Der har generelt været ret stor udsving i NPS over de seneste fem målinger.



ANBEFALING TIL ANDRE

Hvad er årsagen til at du ikke, eller kun i lav grad, vil anbefale Sydtrafiks busser til andre? (n=271)



Udvalgte kommentarer:

"Nye rejsetider er forvirrende"

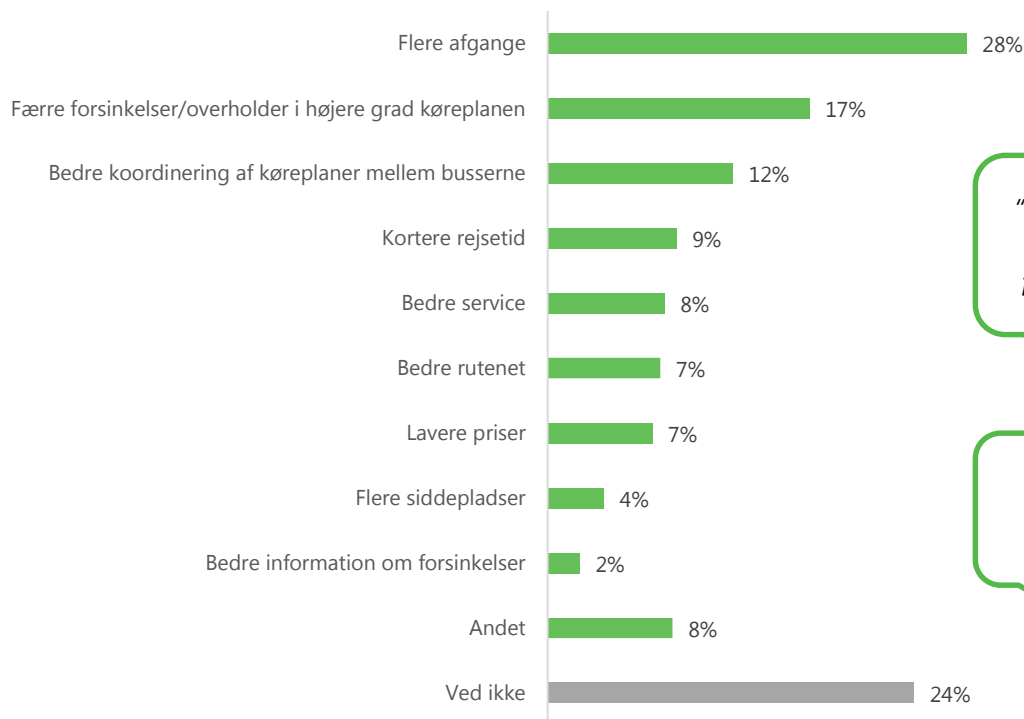
"For langt til stoppestederne i landområderne"

"Anbefaler normalt ikke noget"



ANBEFALING TIL ANDRE

Hvad skal der til for at du 'I meget høj grad' vil anbefale Sydtrafiks busser til andre? (n=376)



Udvalgte kommentarer:

"Chaufførerne skal overholde færdselsreglerne"

"Chaufførerne skal ikke snakke i telefon mens bussen kører"

"At de nævner navnet på stoppestedet"

"Bedre indeklima"

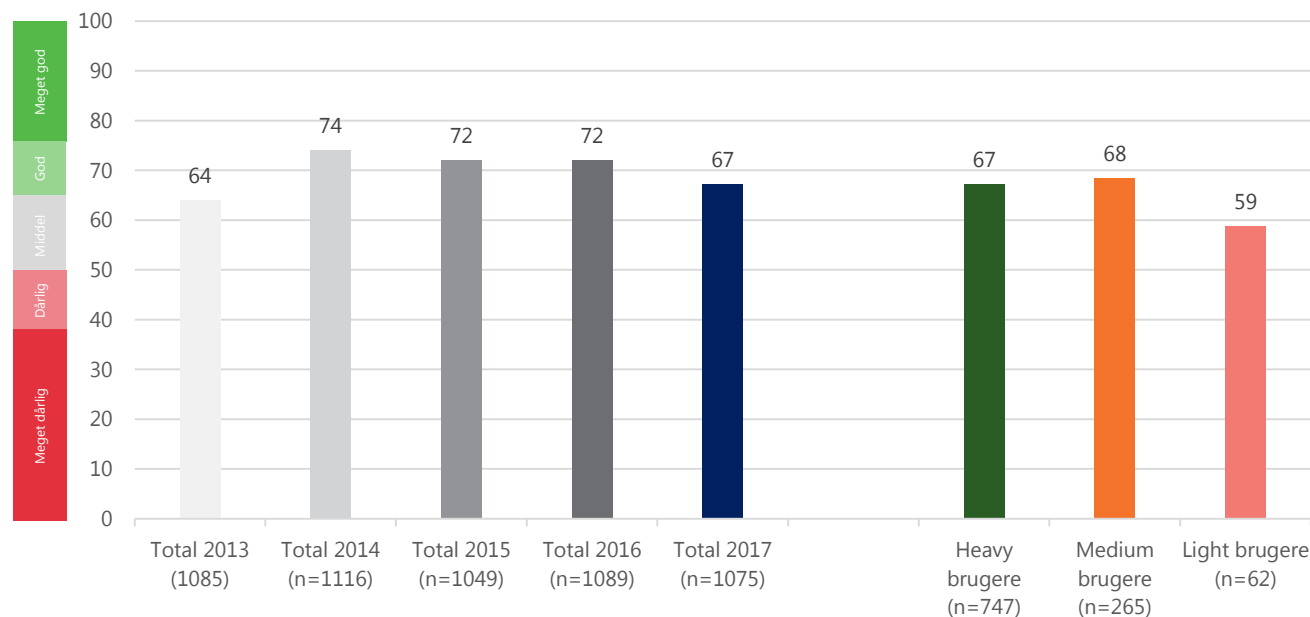
RESULTATER IMAGE





IMAGE

I hvilken grad oplever du Sydtrafik som et busselskab, der har et godt omdømme?



Sydtrafiks image ligger på 67 indekspoint, hvilket er et fald på 5 procentpoint siden 2016. Sydtrafiks image ligger stadig på et "godt" niveau, hvor det har ligget siden 2014.

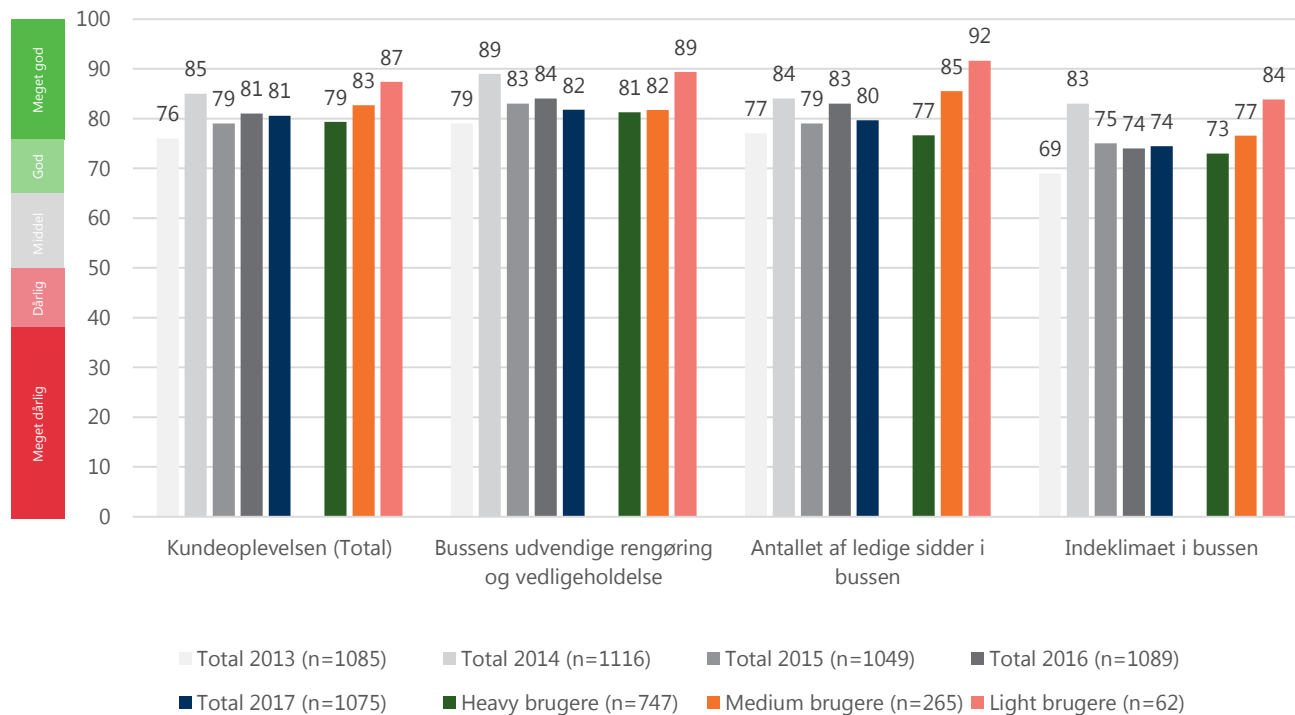
Sydtrafiks light brugere vurderer Sydtrafiks omdømme lavere end de øvrige brugere.

RESULTATER KUNDEOPLEVELSEN





KUNDEOPLEVELSEN (1/2)



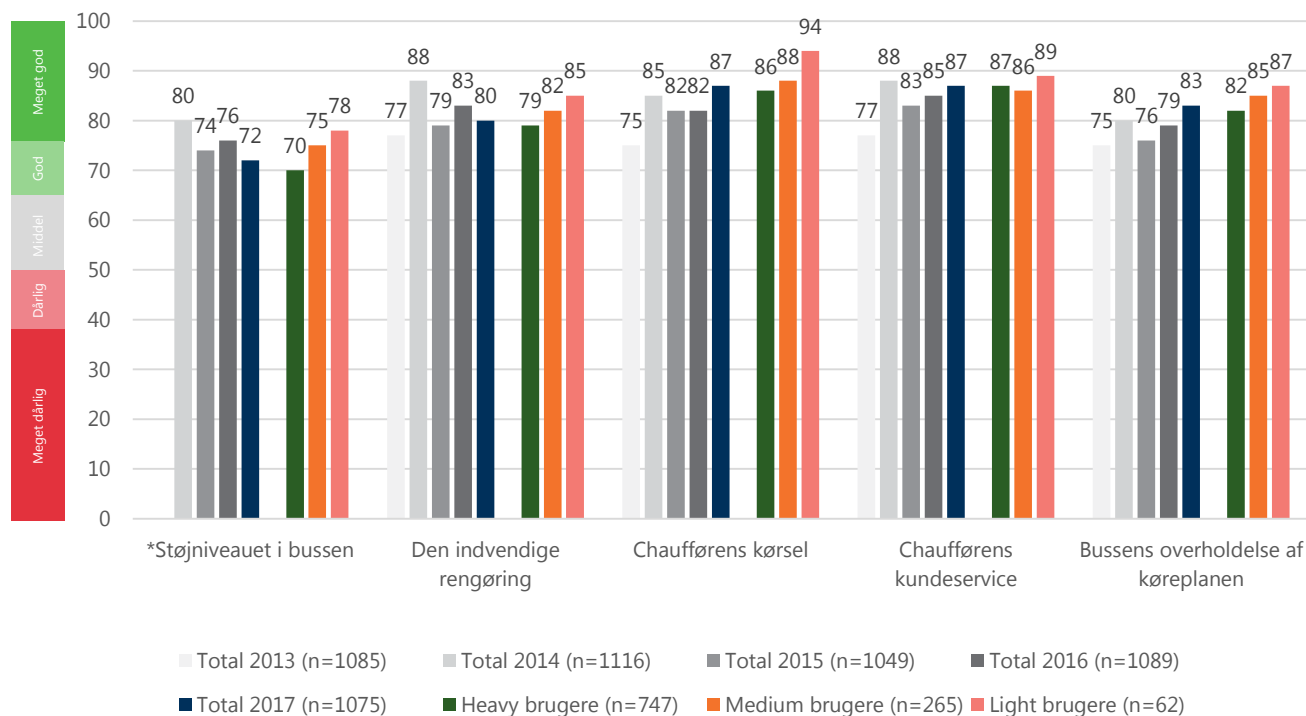
Kundeoplevelsen ligger overordnet på indeks 81, hvilket er på niveauet "meget god". Her har det ligget stabilt siden 2015.

På tværs af det forskellige parametre ligger niveauet stabilt med nogle få indekspoints udsving indenfor de seneste 3 målinger.

Light brugerne har overordnet en bedre kundeoplevelse sammenlignet med de øvrige brugere.



KUNDEOPLEVELSEN (2/2)



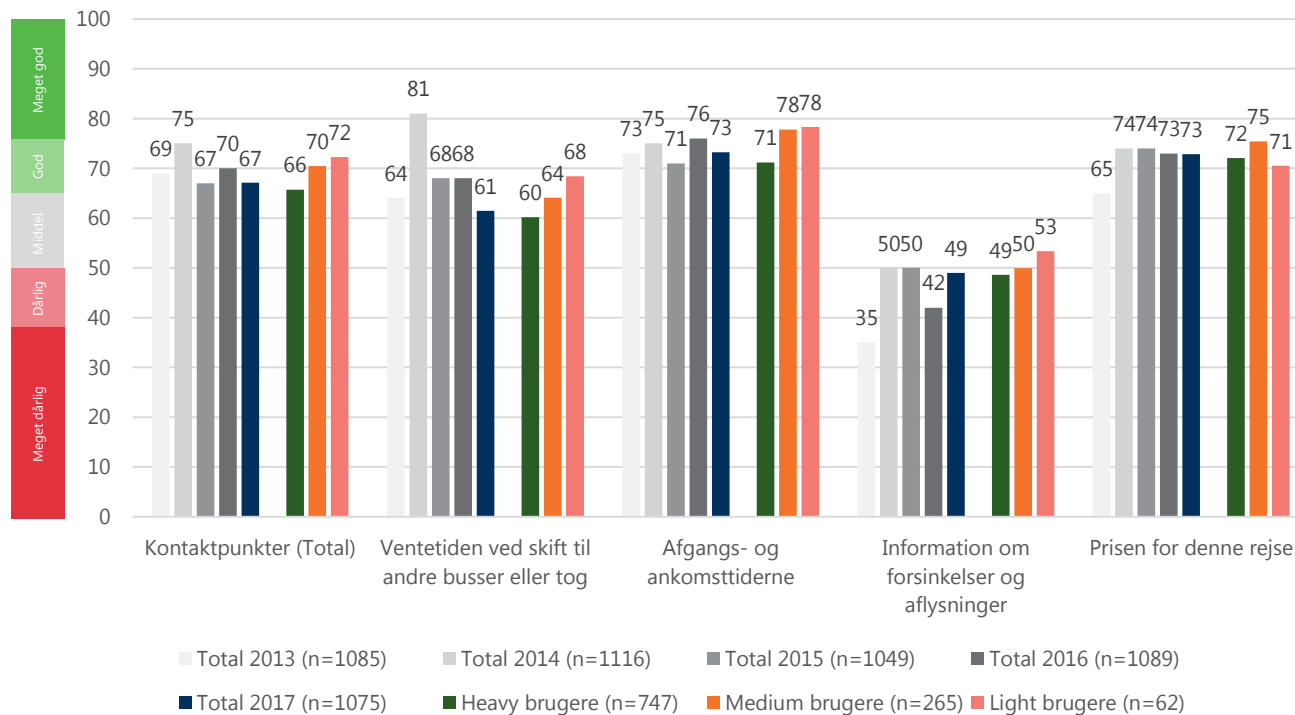
På de parametre som relaterer sig til chaufføren (chaufførens kørsel, chaufførens kundeservice) og køreplanens overholdelse er kundeoplevelsen steget ift. sidste års måling og målingen i 2015.

Alle parametre ligger på niveauet 'meget god' på nær støjniveauet i bussen, som ligger på niveauet 'god'.

RESULTATER KONTAKTPUNKTER



TILFREDSHED MED SYDTRAFIKS KONTAKTPUNKTER (1/2)

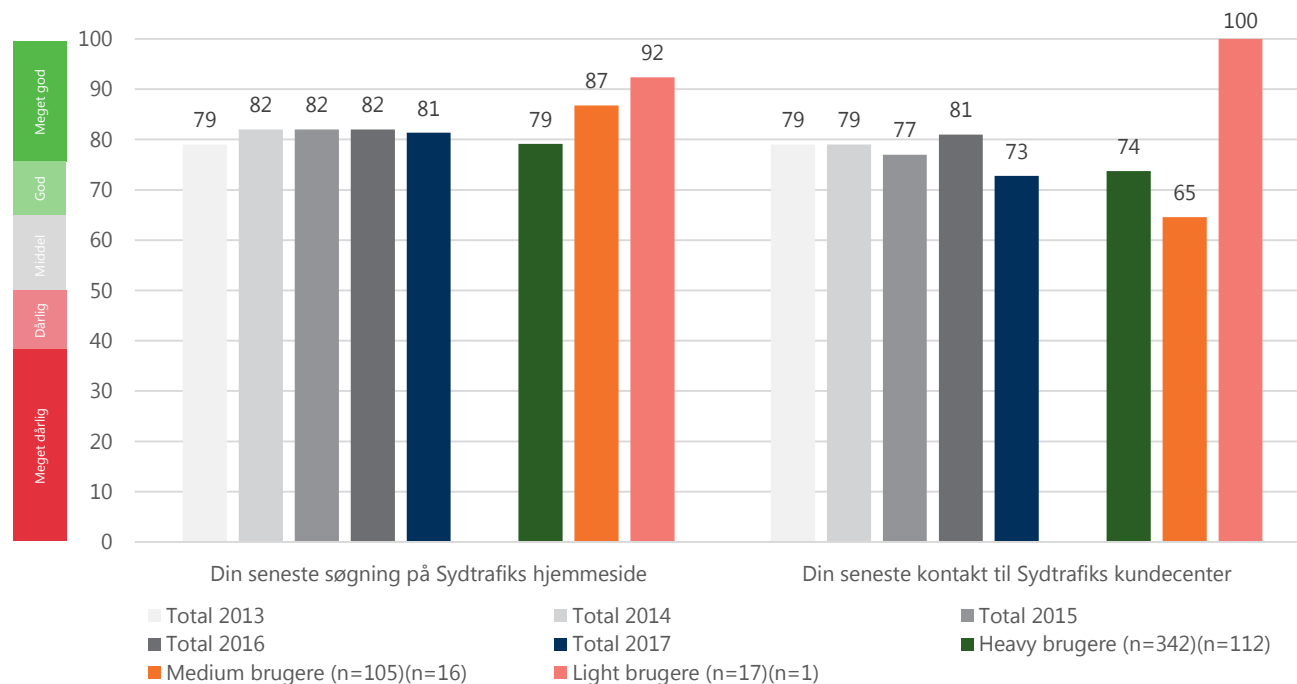


Den overordnede tilfredshed med Sydtrafiks kontaktpunkter er faldet med 3 procentpoint siden sidste måling. Tilfredsheden er stadig på niveauet 'god' og identisk med i 2015.

Den laveste grad af tilfredshed blandt brugerne opleves med informationen om forsinkelser og aflysninger. Der er dog sket en stigning på 7 indekspoint siden 2016, hvilket betyder, at 2017 er tilbage på 2014/2015-niveau.



TILFREDSHED MED SYDTRAFIKS KONTAKTPUNKTER UDENFOR BUSSEN (2/2)



Tilfredsheden med Sydtrafiks hjemmeside ligger fortsat på niveauet 'meget god'.

Tilfredsheden med Sydtrafiks kundecenter er faldet med 8 indekspoint siden sidste måling, hvilket er hidtil laveste niveau.

Man kan ikke tolke på niveauerne for light brugere, da basen er for lav.

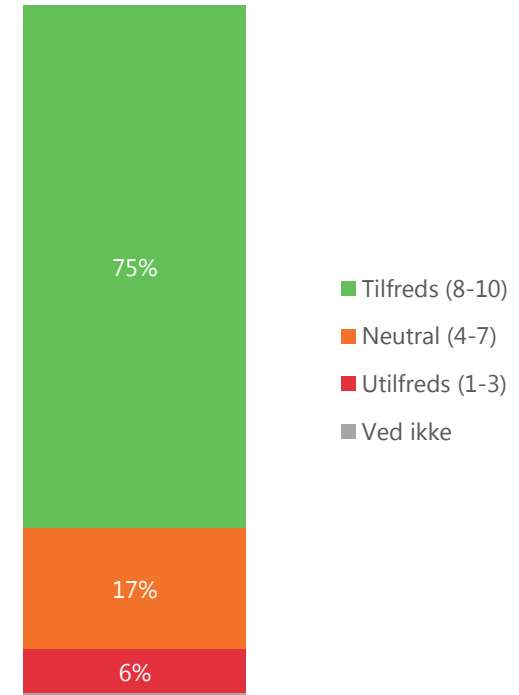
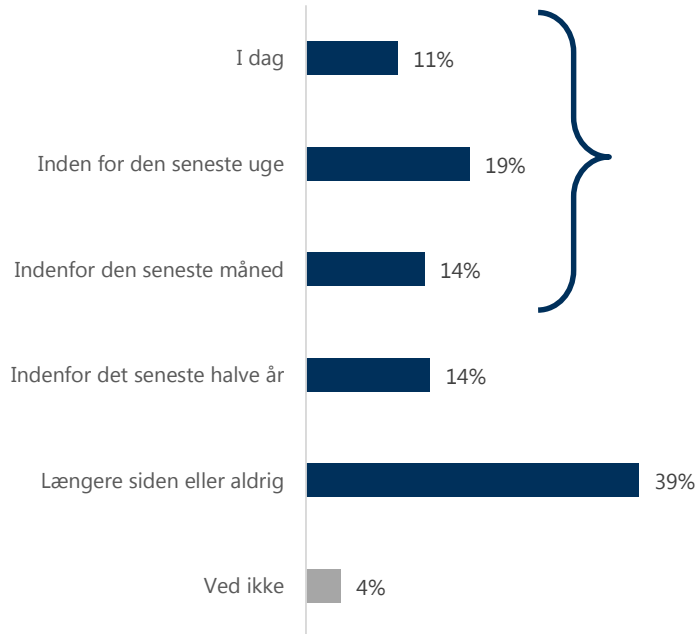
Total 2013	Total 2014	Total 2015	Total 2016	Total 2017
Total 2013 (n=1085)	Hjemmeside (n=411)	Hjemmeside (n=481)	Hjemmeside (n=472)	Hjemmeside (n=464)
	Kundecenter (n=103)	Kundecenter (n=131)	Kundecenter (n=125)	Kundecenter (n=129)



SYDTRAFIKS HJEMMESIDE

Hvornår har du senest søgt kontakt eller oplysninger på Sydtrafiks hjemmeside? (n=1075)

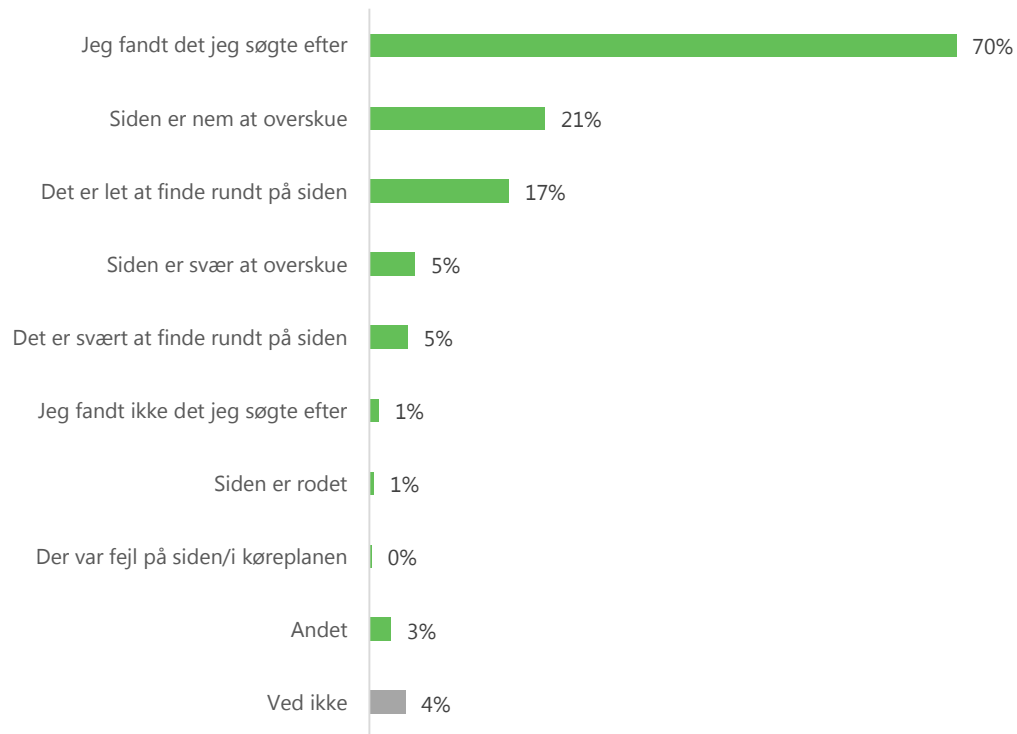
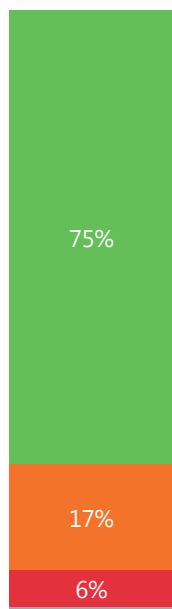
Hvor tilfreds var du med din seneste søgning på Sydtrafiks hjemmeside? (n=464)





SYDTRAFIKS HJEMMESIDE

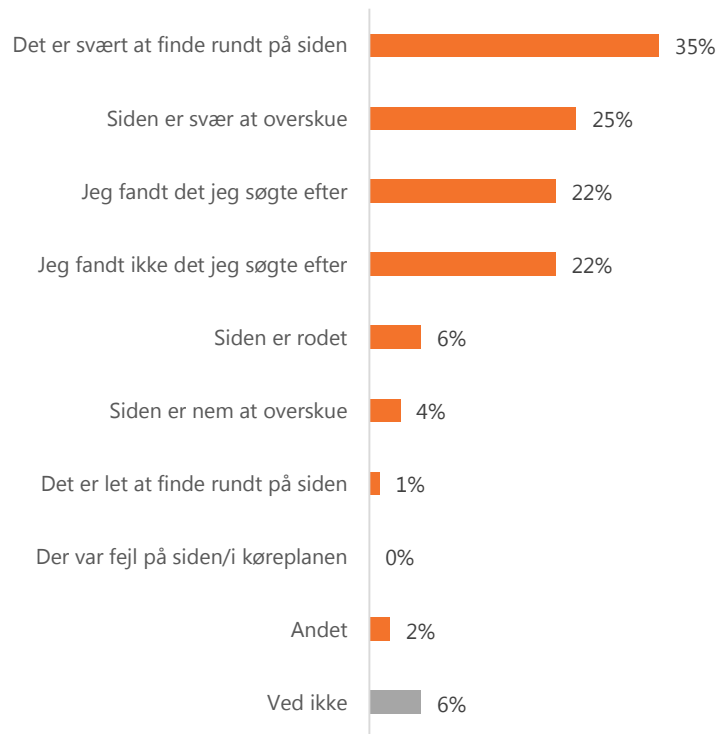
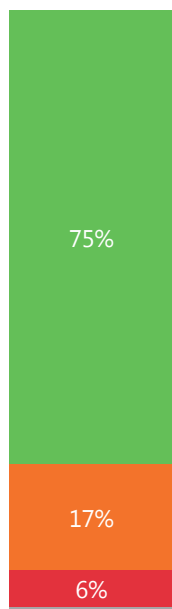
Hvorfor svarede du (8-10 på skalaen)? (n=348)





SYDTRAFIKS HJEMMESIDE

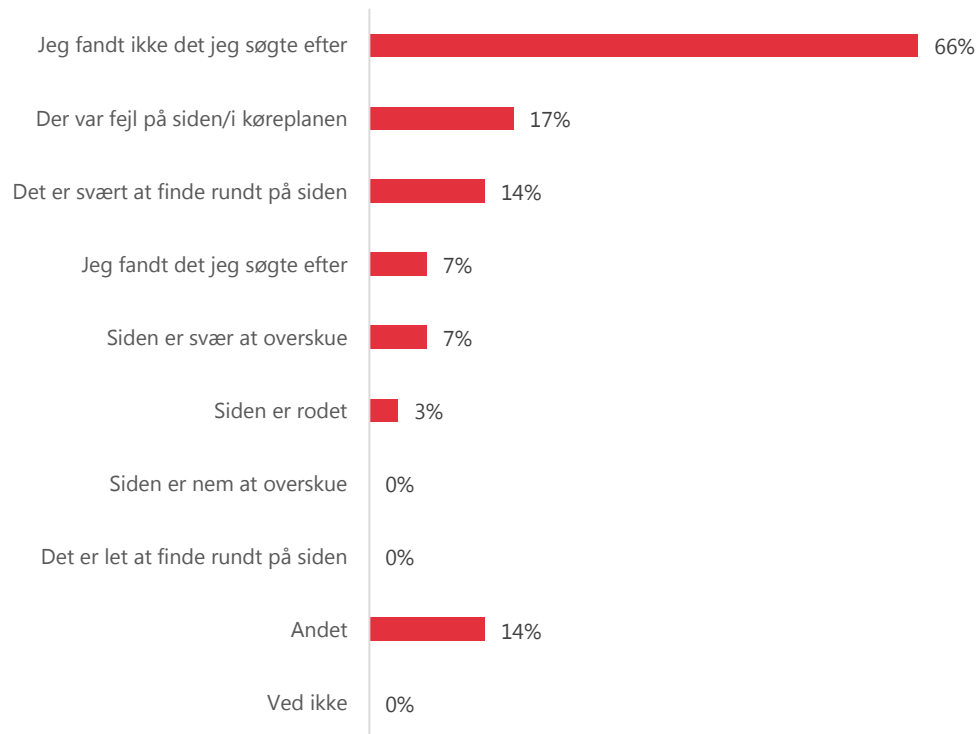
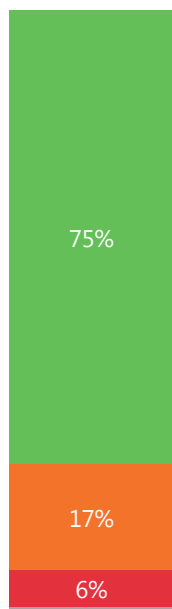
Hvorfor svarede du (4-7 på skalaen)? (n=81)





SYDTRAFIKS HJEMMESIDE

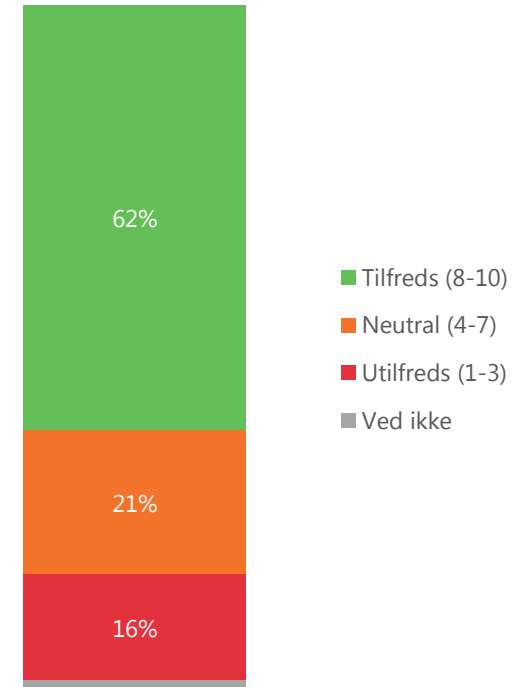
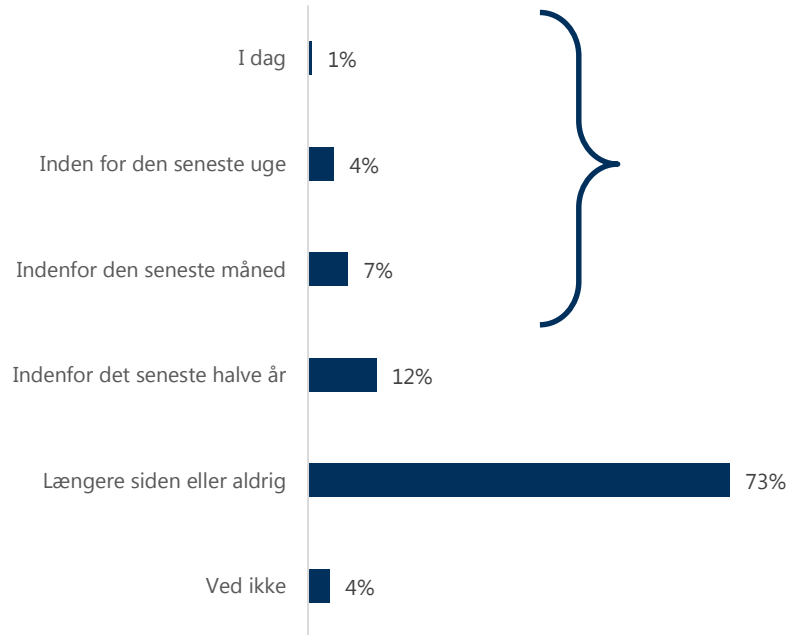
Hvorfor svarede du (1-3 på skalaen)? (n=29)



Bemærk! Lille base

SYDTRAFIKS KUNDECENTER

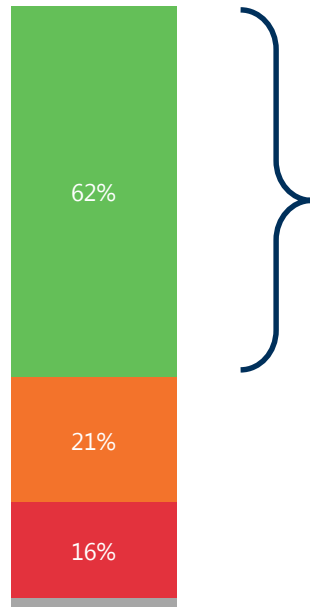
Hvornår har du senest søgt kontakt eller oplysninger hos Sydtrafiks kundecenter, personligt, telefonisk eller pr. e-mail? (n=1075)
 Hvor tilfreds var du med din seneste kontakt til Sydtrafiks kundecenter? (n=129)





SYDTRAFIKS KUNDESERVICE

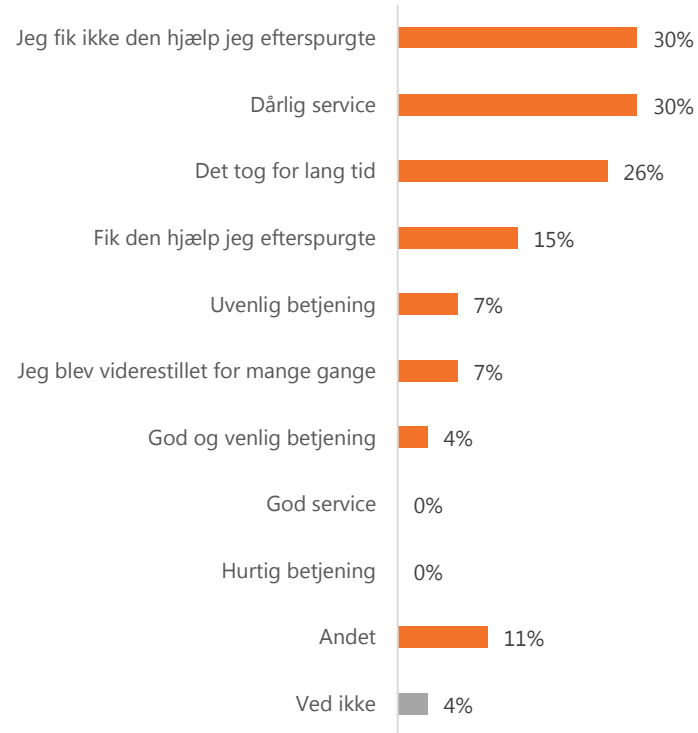
Hvorfor svarede du (8-10 på skalaen)? (n=80)





SYDTRAFIKS KUNDESERVICE

Hvorfor svarede du (4-7 på skalaen)? (n=27)

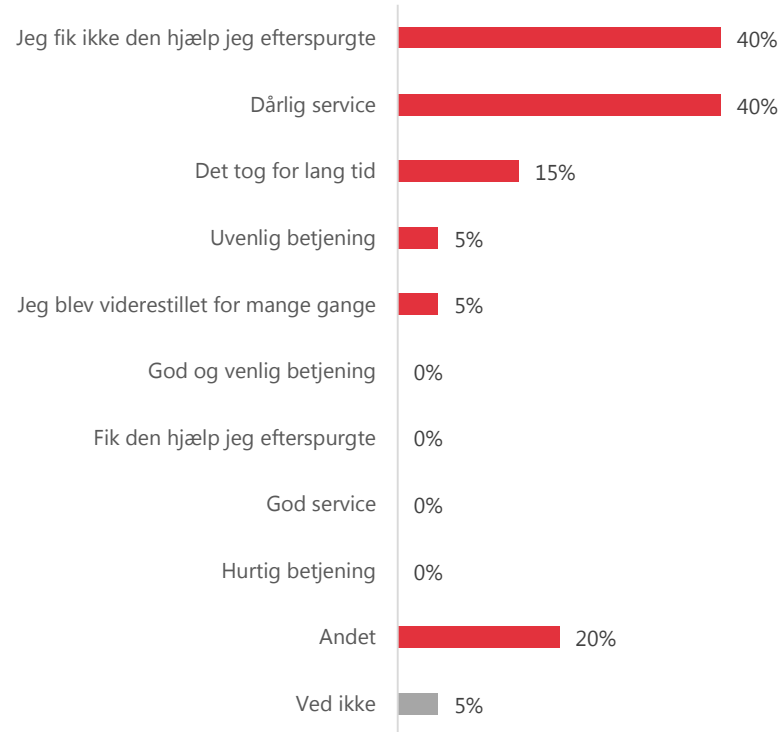
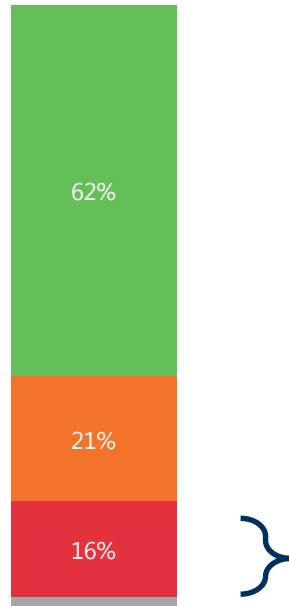


Bemærk! Lille base



SYDTRAFIKS KUNDESERVICE

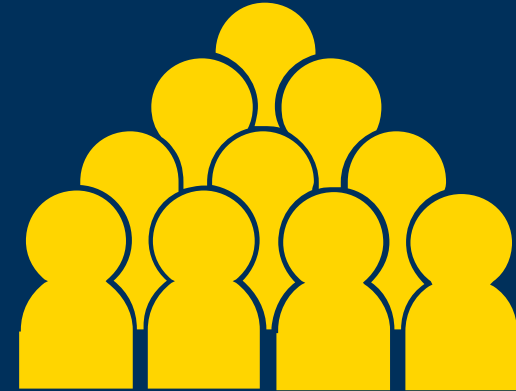
Hvorfor svarede du (1-3 på skalaen)? (n=20)



Bemærk! Lille base

BBAGGRUND

REJSEMØNSTER OG DEMOGRAFI

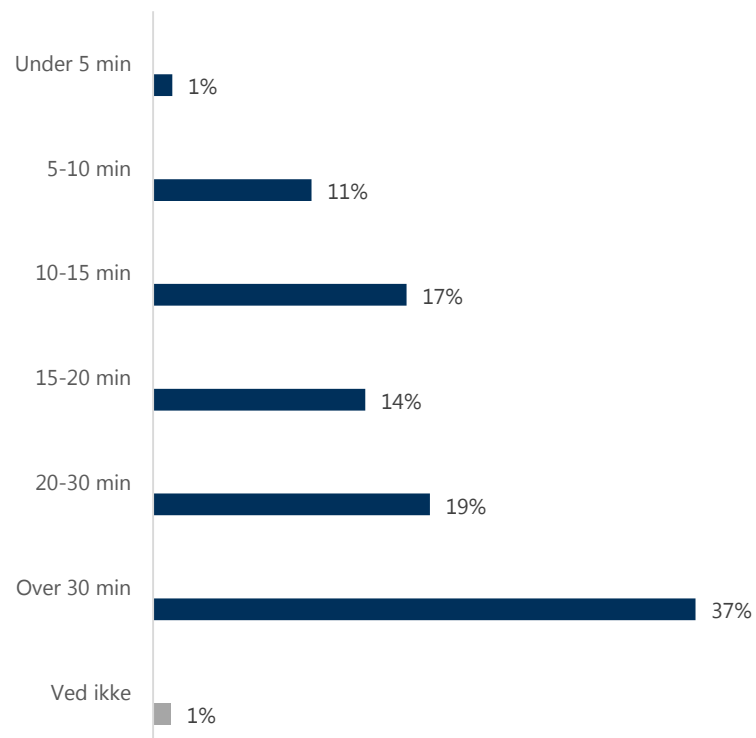




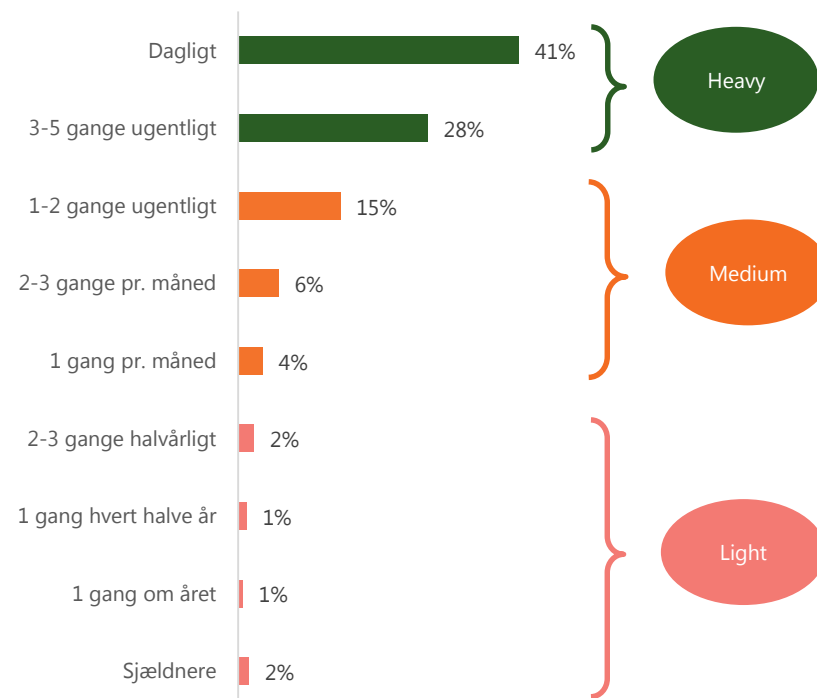
BAGGRUND

Rejsemønster

Hvor lang tid varer denne bustur?



Hvor ofte rejser du med Sydtrafiks busser (ca.)?

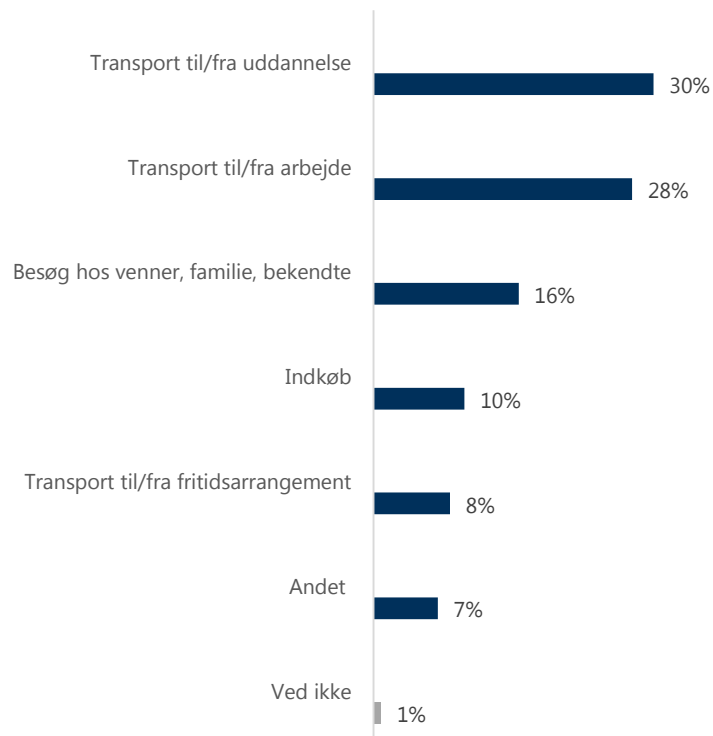




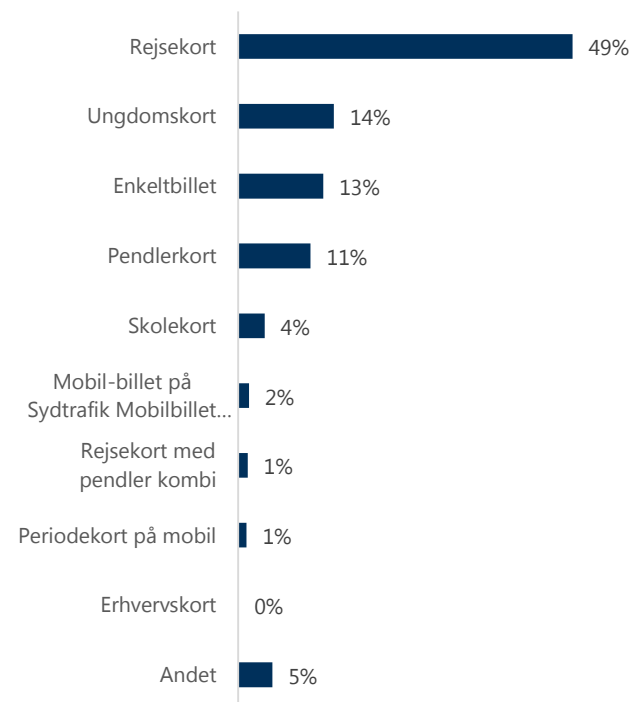
BAGGRUND

Rejsemønster

Hvad er hovedformålet med denne bustur?



Hvilken type billet eller kort rejser du på?

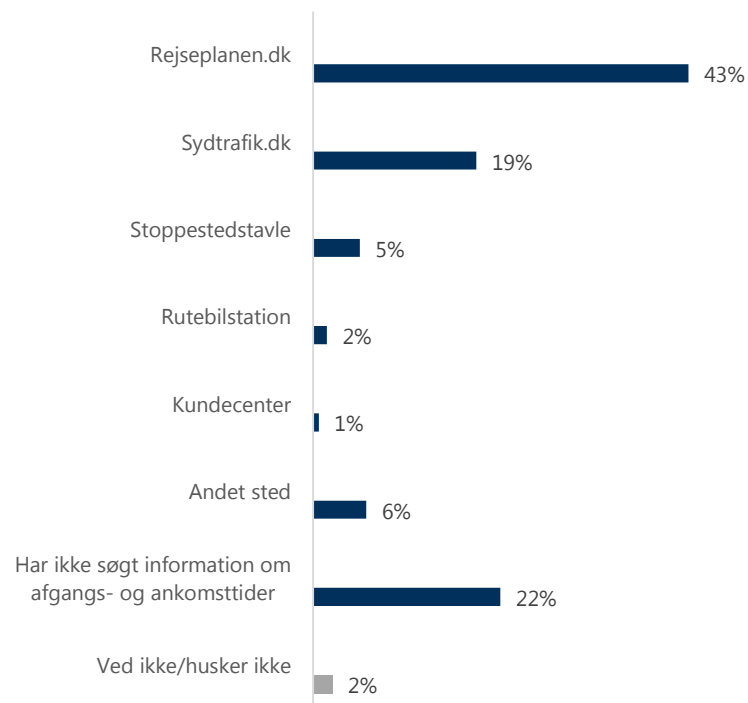




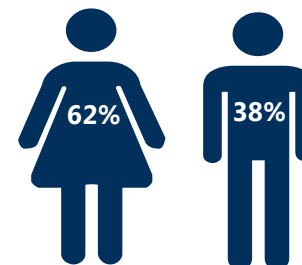
BAGGRUND

Rejsemønster

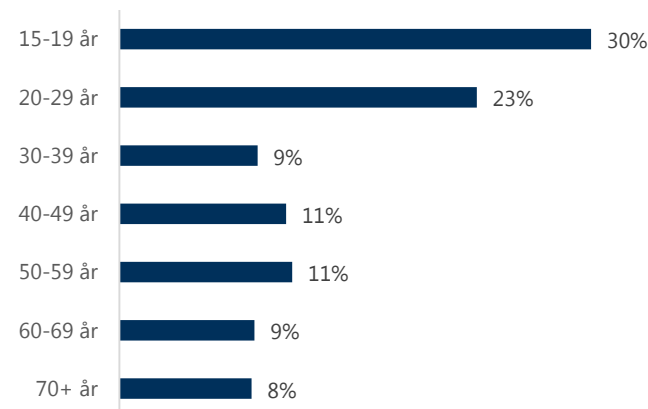
Hvor har du søgt information om køreplanen forud for denne rejse?



Køn



Alder

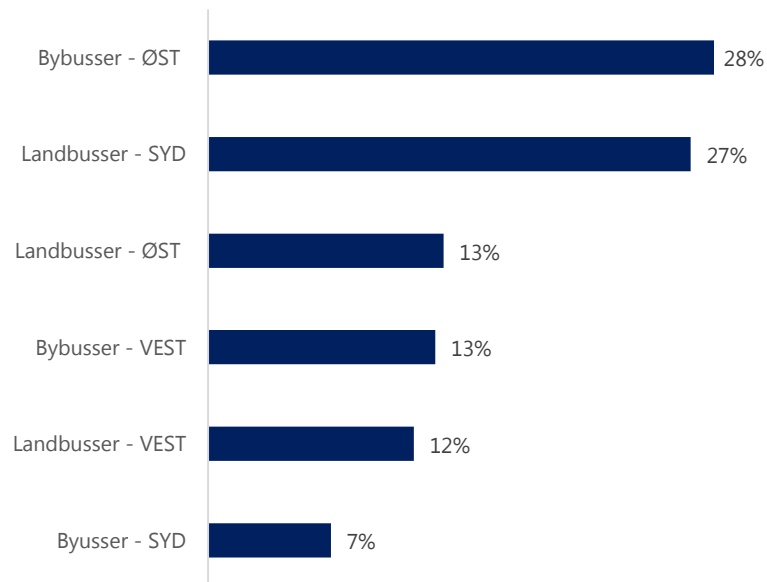




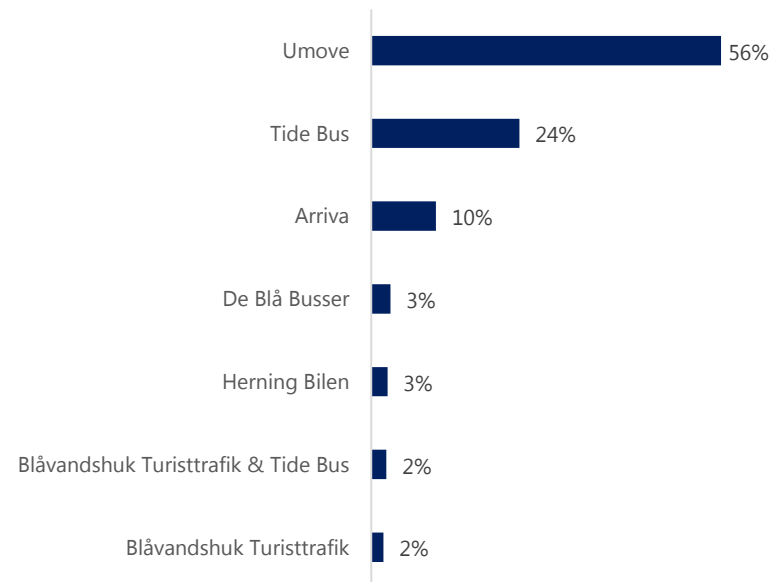
BAGGRUND

Rejsemønster

Område (n=1075)



Operatør (n=1075)



EPINION AARHUS

Hack Kampmanns Plads 1-3
8000 Aarhus C , Denmark
T: +45 87 30 95 00
E: aarhus@epinion.dk

www.epinionglobal.com

EPINION KØBENHAVN

Ryesgade 3F
2200 Copenhagen N, Denmark
T: +45 87 30 95 00
E: copenhagen@epinion.dk