

OPPDRAGSBESKRIVELSE

Markedsinformasjonssystem (MIS)



Innhold

OPPDRAGSBESKRIVELSE	1
Markedsinformasjonssystem (MIS)	1
1. BAKGRUNN	4
1.1 Om Brakar	4
1.2 Bakgrunn for Brakars arbeid	4
1.3 Markedsinnsikt	4
1.4 Bonus/malus	5
1.5 Datainnsamling	5
1.5.1 Automatisering av datainnsamling	5
1.5.2 Om respondentene	6
1.6 Spørreskjema	6
2. BESKRIVELSE AV OPPDRAGET	6
2.1 Oversikt over leveranser	6
2.2 Dybdeintervjuer	7
2.3 Innbyggerundersøkelsen	7
2.3.1 Dagens undersøkelse	7
2.3.2 Krav til innbyggerundersøkelsen	7
2.3.4 Metodikk	7
2.3.5 Vekting	8
2.3.6 Stedfesting	8
2.3.7 Opplæring og oppfølging av intervjuere	8
2.3.8 Tidsbruk	8
2.4 Kundeintervjuer ombord	9
2.4.1 Kundeintervjuer	9
2.4.2 Gjennomføring av dagens kundeintervjuer	9
2.4.3 Krav til kundeintervjuer	9
2.4.4 Omfang	9
2.4.5 Datainnsamling kundeintervjuer	10
2.4.6 Vekting kundeintervjuer	10
2.4.7 Endringer i Oppdragsgivers kontrakter	10
2.5 Årlig markedsundersøkelse i Hallingdal og Hemsedal	10
2.6 Andre markedsundersøkelser	11
3. RAPPORTERING	11

3.1 Behov for kunde- og markedsinnsikt i webgrensesnitt.....	11
3.2 Datafiler	11
3.3 Rapportering innbyggerundersøkelse.....	11
3.4 Rapportering kundeintervjuer om bord	12
3.4.1 Kundens opplevelse – rapport for operatører.....	13
3.4.2 Import av data fra tidligere leverandør	13
3.5 Mulighet for selvbetjening / lage egne rapporter.....	13
3.6 Dokumentasjon og generelle krav til rapporteringsløsning.....	13
4. NØKKELPERSONER.....	13
BILAG TIL VEDLEGG 1 OPPDRAGSBESKRIVELSEN	13

1. BAKGRUNN

1.1 Om Brakar

Brakar er Viken fylkeskommunes kompetanseorgan for kollektivtransport. Selskapet ble stiftet 26. oktober 2009 og kom i ordinær drift i juli 2010. Selskapets formål er å tilrettelegge for og tilby kollektiv persontransport og skoleskyss, gi informasjon til befolkningen om tilbudet og yte tjenester relatert til dette.

Selskapet skal i tillegg være en mobilitetsaktør som skal bidra til å binde kundens reisekjede sammen fra dør til dør, og tilby sømløse reiser på tvers av forskjellige transportmidler og fylkesgrenser.

Brakar skal i utgangspunktet ikke selv utføre rutetrafikk, men kjøpe slike tjenester fra eksterne tjenesteleverandører. Vår primære målsetting er å øke antall kollektivreiser. Vi jobber også kontinuerlig og målrettet for at flere skal velge også andre typer grønn mobilitet som å gå eller sykle. Brakar har i tillegg fått ansvar for ferjestrekningen Svelvik – Verket fra 1. januar 2022.

Brakar registrerte 12,6 millioner reiser i 2019. I løpet av koronapandemien har antallet reiser falt dramatisk, og vi registrerte ca. 8,6 millioner reiser i 2020.

1.2 Bakgrunn for Brakars arbeid

Brakars arbeid bygger på felles målbilde for kollektivtransport i Viken, tidl. Buskerud fylkeskommunes Handlingsplan for kollektivtransport, Brakar Strategi mot 2040 og Brakars mobilitetsstrategi.

Bærekraftmål nr. 11: Bidra til levedyktige byer og lokalsamfunn er det bærekraftsmålet som styrer kollektivtransporten i Viken, og vi har plukket ut ni andre mål som definerer hvordan dette skal gjøre dette og med hvilken effekt.

I henhold til Brakars egen strategi skal vi utforme et kundeorientert kollektivtilbud basert på markedsinnsikt. Hensikten med dette oppdraget er å styrke markedsarbeidet ved å skaffe bedre innsikt.

1.3 Markedsinnsikt

Dagens markedsinformasjon har eksistert mer eller mindre uendret siden 2014. Det er derfor nødvendig å foreta en grundig gjennomgang av grunnlaget for datainnsamlingen for å sikre at vi stiller de riktige spørsmålene og samler inn data som kan gi den innsikten Brakar har behov for.

Et nytt markedsinformasjonssystem skal gi oss dypere innsikt og sikre at vi får definert de viktigste driverne for valg av transportmåte, kundenes forventninger og preferanser for å finne Brakars viktigste verdiproposjoner ovenfor de kundene og hvilke egenskaper som kjennetegner de forskjellige kundesegmentene. Samtidig skal vi måle lojalitet, tillit og tilfredshet slik at vi blir kjent med relasjonen mellom Brakar, kunde og transportvalg.

Vårt nye MIS skal også gi oss mer innsikt i reisevaner og billettkjøp gjennom en innbyggerundersøkelse. Dette er viktig opplysninger vi har behov for til analyse og rapportering.

1.4 Bonus/malus

Brakars kontrakter med operatør inneholder bestemmelser som gir bonus eller malus basert på resultatene de oppnår. Datainnsamlingen skal derfor ivareta de elementene som defineres i kontrakt og utløser bonus eller malus. Bonus betales ut basert på resultater per halvår.

Bruk av bonus/malus kan variere fra område til område, men spørsmålene skal uansett stilles i alle områder. Brakar har flere avtaler med bussoperatør som skal fornyes til forskjellig tidspunkt. Ny MIS må dermed gi kontinuitet i de avtaler som løper samtidig som vi har mulighet til å etablere ny metodikk og elementer i nye avtaleområder.

Pr i dag gis bonus/malus på følgende forhold:

- Tilfredshet med denne reisen.
- Tilfredshet med sjåførens servicestilling.
- Tilfredshet med sjåførens kundeservice.
- Tilfredshet med innvendig renhold.

Brakars kontraktsplan ser ut som følger:

Hallingdal og Hemsedal	1. juli 2021
Kongsberg og midtfylket	1. juli 2023
Drammen	1. juli 2024
Ringerike og Hole	1. juli 2025

Alle kontraktene har 7-10 års varighet.

1.5 Datainnsamling

Dette punktet går gjennom overordnede forhold rundt datainnsamling som vil være felles for alle undersøkelsene. I tillegg er det spesifisert mer detaljert under punkt 2.3 Innbyggerundersøkelsen og 2.4 Kundeintervjuer om bord.

1.5.1 Automatisering av datainnsamling

Oppdragsgiver vil i løpet av 2021 inngå egen avtale om datainnsamling med annen leverandør. Vi ønsker på sikt å basere mest mulig av datainnsamling på digital teknologi i form av nettvarer/beacons og mobilteknologi. Siden vi ser flere bruksområder for denne teknologien utover kundeundersøkelser, ønsker vi å gjennomføre dette som en egen anskaffelse.

Vi ønsker derfor at leverandør av MIS skal samarbeide med leverandør av automatisert datainnsamling og at datainnsamlingen på sikt skal automatiseres i størst mulig grad. Dette er en ny måte å samle inn data på for oss, og vi må bruke tid på etablering av dette og sikre at data har god kvalitet og gir riktig utvalg. Fram til det er på plass ønsker vi å gjennomføre datainnsamling på samme måte som i dag, med rapportering av tall i en nettapplikasjon e.l. Oppdraget vil med andre ord endre karakter underveis, og dette gjenspeiles i Vedlegg 2 Prisskjema hvor vi ber om alternative priser.

1.5.2 Om respondentene

Følgende er felles for alle undersøkelser: Respondentene skal være bosatt i Oppdragsgivers virksomhetsområde, dvs. tidligere Buskerud med mindre annet avtales med Oppdragsgiver. Til tidligere Buskerud kommer ny kommunesammensetning og inkluderer dermed Svelvik og Jevnaker, men ikke Røyken og Hurum. Respondentene skal være minimum 15 år. Intervjuene skal fordeles på kjønn, alder og kontraktsområder og utgjøre et så representativt utvalg som mulig. Dette skal også inkludere etnisitet og sosiale forhold. I henhold til nr. 8 i bilag 1 til Prosedyrebeskrivelsen bes Tilbyder redegjøre for hvordan dette kan ivaretas.

1.6 Spørreskjema

Spørreskjema skal utformes i dialog med Oppdragsgiver.

Tilbyder bes beskrive hvilke rutiner som vil gjelde for endring og oppdatering av skjema, og i hvilken grad tilbudt løsning gir muligheter for mer automatiserte / selvbetjente løsninger. Dessuten bes leverandør beskrive hvordan endringer vil bli dokumentert (hvilken informasjon om endringer vil bli lagret hvor, og med hvilken tilgjengelighet for oppdragsgiver), gjerne med eksempler.

Ferdig spørreskjema skal lagres i webgrensesnitt for ettertiden. Dersom Leverandør etter hvert ikke leverer webgrensesnitt for rapportering av data skal Leverandør oppbevare alle spørreskjema 1 år etter oppdraget er avsluttet. Vi ber om at Tilbyder dokumenterer rutiner for lagring av spørreskjema.

Tilbydere skal dokumentere dette i henhold til nr. 2 og 3 i Bilag 1.

2. BESKRIVELSE AV OPPDRAGET

2.1 Oversikt over leveranser

Oppdraget omfatter følgende leveranser:

1. Kartlegging av kundenes preferanser og behov gjennom dybdeintervjuer for å sikre at Brakars MIS inneholder de riktige elementene.
2. Måling av tilfredshet med viktige forhold ved kollektivtilbudet som kartlagt i punkt 1 over samt dagens bonus/malus-spørsmål. Dette er fortløpende kundeintervjuer som gjennomføres i tråd med valgt metodikk. Se pkt. 2.4.5.
3. Fortløpende innbyggerundersøkelse for å kartlegge forhold som tilfredshet, reisestrekning, transportmiddel, tidspunkt for reise, hensikt med reise og billett kjøp.
4. Markedsundersøkelse i Hallingdal og Hemsedal hvert 2. år
5. Eventuelle andre markeds- eller kundeundersøkelser som Brakar vil ha behov for i avtaleperioden.
6. Webgrensesnitt som gir Oppdragsgiver og Oppdragsgivers operatører rapporterte resultater i sanntid/tilnærmet sanntid. Se punkt 3.

I både punkt 2 og 3 over kan det fra tid til annen legges inn nye spørsmål etter behov for korte eller lengre perioder. Undersøkelsene skal inkludere de viktigste og mest vanlige bakgrunnsvariablene.

Brakar har også tidligere gjennomført kvalitetskontroller om bord og på holdeplass. Dette utgår i dette oppdraget

Brakar vil gi leverandør alle nødvendige data rundt holdeplasser, busslinjer, antall reiser pr linje eller annen nødvendig informasjon for å utføre oppdraget. Se for øvrig Vedlegg 1 Bilag A Oversikt over linjer og antall reiser 2019 og 2020.

2.2 Dybdeintervjuer

Det skal gjennomføres rundt 30 dybdeintervjuer fordelt på:

- Kontraktsområde
- Alder/kundekategori – voksen, ungdom, student, honnør

Hensikten med dybdeintervjuene er å kartlegge hvilke forhold ved kollektivtilbudet som er mest viktig for de forskjellige kundegruppene og kunne benytte denne innsikten til både å kartlegge riktige forhold i videre undersøkelser, samt danne grunnlag for kundesegmentering.

Intervjuene skal transkriberes og gjøres tilgjengelig for Oppdragsgiver. Hovedfunn skal samles i en PowerPoint-presentasjon og presenteres muntlig for Oppdragsgiver.

2.3 Innbyggerundersøkelsen

2.3.1 Dagens undersøkelse

Denne typen undersøkelse blir ikke gjennomført i Oppdragsgivers område på fast basis i dag. Vedlagte spørreskjema er basert på hva som gjøres i Ruters virksomhetsområde. Det er naturlig om reisevanekartleggingen i Oppdragsgivers og Ruters område er relativt lik.

2.3.2 Krav til innbyggerundersøkelsen

Denne undersøkelsen skal gjennomføres fortløpende gjennom året og hensikten er å kartlegge reise kundene foretar dagen i forveien og tilfredshet med denne. Dette for at respondentene skal ha reise friskt i minne. Vi ønsker å registrere svar mandag – fredag.

Antall respondenter skal i utgangspunktet være 2 500. Antallet respondenter kan økes dersom Oppdragsgiver finner dette hensiktsmessig.

Antall intervjuer skal fordeles utover året fordelt på kvartal med likt antall intervjuer pr kvartal. Fordeling pr kontraktsområde avtales i detalj med valgt Tilbyder.

2.3.4 Metodikk

Tilbyder inviteres til å gi tilbud på datainnsamlingsmetode for gjennomføring av undersøkelsen. Metodikk kan innebære løsninger hvor flere datainnsamlingsmetoder kombineres, f. eks. telefon og web. Siden Oppdragsgiver ikke gjennomfører undersøkelsen i dag er Oppdragsgiver derfor ikke avhengig av kontinuitet i denne. Metodeanbefalingen må være begrunnet, og særlig beskrive hvordan man ser for seg gjennomføring av reisevanedelen/stedfesting. Vurderingen av datainnsamlingsmetode vil være basert på den dokumentasjon av egenskaper som er beskrevet i løsningsforslaget.

I henhold til nr. 1 i Bilag 1 ber vi om at Tilbyder beskriver og begrunner et undersøkelsesopplegg, inkludert tiltak for å sikre høy svarprosent og representativitet i gjennomføringen av undersøkelsen.

Dersom tilbyder tenker å benytte insentiver ber vi om at kostnadene ved dette spesifiseres og inkluderes i intervjukostnaden i prisarket. Hvis aktuelt skal Leverandøren beskrive hvilke registre man vil trekke utvalget fra, samt kvaliteten på disse registrene. Se nr. 4 i Bilag 1.

2.3.5 Vekting

Hovedprinsippet for vekting av data fra reisevane- og tilfredshetsundersøkelsen er RIM-vekt (Random Iterative Method) basert på kjønn, alder og geografi (kontraktsområde).

Hver måned skal telle like mye, uavhengig av hvor mange intervju som er gjennomført i de ulike månedene. Vekten for hver måned vil derfor divideres med antall respondenter og ganget med 750. Med vekt fremgår det da som at det er gjennomført 750 intervju hver måned.

Leverandør bes i henhold til nr. 9 i Bilag 1 å beskrive kompetanse på vekting og hvordan denne skal gjennomføres og dokumenteres.

Tilbyder kan i henhold til nr. 10 i Bilag 1 foreslå en alternativ vektemetode, dersom man mener det finnes bedre alternativer. Denne må beskrives detaljert, og forslag begrunnes.

2.3.6 Stedfesting

Undersøkelsen inkluderer stedfesting på grunnkrets nivå (basert på adresse og/eller koordinater) av start og sluttpunkt for alle reisene som respondenten har foretatt, samt respondentens bosted og arbeidsted. Stedfestingen skal angi hvilken grunnkrets reisen startet i, og sluttet i. Tilbyder skal i henhold til nr. 11 i Bilag 1 beskrive hvordan stedfesting er tenkt gjennomført, inkludert hvilke hjelpemidler/datakilder (dvs. kartgrunnlag og registre) som vil bli benyttet og hvor høy andel sikker stedfesting løsningen vil gi.

Stedfestingen må være integrert med intervju systemet og spørreskjemaet, fortrinnsvis med en kartløsning. Det beste er om stedfestingen og annen informasjon blir fullført og kvalitetssikret under intervjuet. Om det ikke er mulig å fullføre stedfestingen under intervjuet, må det være et opplegg for å slutføre stedfestingen etter at intervjuet er fullført. Det stilles her store krav til nøyaktighet og tilbyder bes om en detaljert beskrivelse av sitt opplegg for stedfesting, gjerne med skjermbilder.

Tilbyder må beskrive kvalitetssikringen av stedfestingen. Dette inkluderer både oppfølging av intervjuerne og bearbeiding i etterkant.

2.3.7 Opplæring og oppfølging av intervjuere

Tilbyder bes i henhold til nr. 5 i Bilag 1 beskrive hvordan opplæring og oppfølging av eventuell intervjuere vil foregå.

Oppdragsgiver vil legge spesiell vekt på opplæring og oppfølging knyttet til opplegg for stedfesting. Det forutsettes at intervjustaben har god språkforståelse og snakker godt norsk. Se nr. 6 i Bilag 1 til prosedyrebeskrivelsen.

2.3.8 Tidsbruk

Med vedlagte spørreskjema, Bilag B Ruters spørreskjema befolkningsundersøkelse, brukte dagens leverandør i snitt 11,5 minutter per intervju i 2019. Tilbyder må allikevel gjøre en selvstendig vurdering av intervjutiden. I løsningsforslaget skal det beskrives hvilke vurderinger av intervjutid som er gjort, og hvilken intervjutid de har lagt til grunn for tilbudet.

2.4 Kundeintervjuer ombord

2.4.1 Kundeintervjuer

For å få kundeinnsikt og for å følge opp bonus/malus-bestemmelsene i kontraktene med operatør trenger Oppdragsgiver måling av kundetilfredshet med forskjellige forhold ved reisen. Operatørenes totale økonomiske kompensasjon avhenger av resultatene fra kundeintervjuene. Det stilles derfor store krav til kvaliteten på den informasjonen som innhentes.

2.4.2 Gjennomføring av dagens kundeintervjuer

Det blir i dag gjennomført fortløpende kundeintervjuer i alle Brakas kontraktsområder med unntak av Hallingdal og Hemsedal. Intervjuene blir gjennomført via utsendelse av undersøkelsen på sms til kunder som samtykker til dette. Kunder som ikke kan bruke lenke pr sms/ikke ønsker dette får anledning til å svare om bord ved å få et nettbrett hvor de kan svare. Intervjuer kan bistå dersom de har behov for dette.

2.4.3 Krav til kundeintervjuer

Oppdraget omfatter utvalgstrekking, planlegging og gjennomføring av kundeintervjuer om bord på transportmidler som kjører for Oppdragsgiver, samt levering av komplett datafil med vektete resultater.

I kundeintervjuene kartlegges billettype samt tilfredshet på 15-20 forhold ved reisen. I tillegg kartlegger vi noen bakgrunnsvariabler som kjønn, alder, Per i dag er disse:

Alt i alt tilfredshet med denne turen

- Tilfredshet med kollektivtilbudet totalt.
- Punktlighet / overholdelse av tidtabell
- Førers kjørestil
- Førers serviceinnstilling
- Informasjon på holdeplass
- Innvendig renhold
- Plassen om bord
- Temperaturen ombord

Dagens spørreskjema er lagt ved. Se Bilag C Spørreskjema kundeintervjuer.

Det er forventet at personell fremstår presentabelt og opptrer profesjonelt overfor passasjerer, sjåfører og annet personell. Personell skal ta kontakt med sjåfør ved ombordstigning og gjøre seg kjent for sjåfør.

2.4.4 Omfang

Det skal gjennomføres kundeintervjuer på linjer og kontraktsområder i henhold til Bilag A. Oversikt over intervjuer i kontraktsområde per kvartal. Det skal ikke gjennomføres kundeintervjuer på busslinjer og skolelinjer. Skolelinjer er linjer eller avganger merket s i rutetabeller.

Hvilke operatører som kjører for Brakar og hvilke linjer som er i drift, kan endre seg i løpet av kontraksperioden. Oppdragsgiver vil orientere Leverandøren om slike endringer.

For hver kontrakt skal intervjuene fordeles slik at de speiler fordelingen av antall reiser i størst mulig grad, slik at alle som benytter linjer som inngår i en kontrakt i størst mulig grad skal ha samme sannsynlighet for å bli intervjuet.

Det kan maksimalt gjennomføres fire kundeintervjuer per avgang, dersom ikke annet avtales.

På grunn av store endringer i antall reiser siste år pga. pandemien, ønsker Oppdragsgiver en gjennomgang med ny leverandør for å se på fordeling av intervjuer basert på reiser per kontrakt, linje, ukedag og tidsperiode.

Tilbyder skal i henhold til nr. 13 i Bilag 1 gi Oppdragsgiver og Oppdragsgivers operatører online tilgang til status i datainnsamlingen, slik at Oppdragsgiver til enhver tid har oversikt over hvor mange intervjuer som er gjennomført per kontrakt, linje, ukedag og tidsperiode og i hvilken grad dette samsvarer med ønsket fordeling. Vi ber Tilbyder beskrive en løsning for dette.

Det skal komme fram hvilken linje kunde evaluerer, og kunde må oppgi tidspunkt for reisen. Tilbyder må beskrive hvordan dette sikres. Se nr. 14 i Bilag 1 til prosedyrebeskrivelsen.

Alle kostnader knyttet til gjennomføring av intervjuene (herunder reisekostnader), dekkes av Leverandør. Intervjuere reiser gratis på alle Oppdragsgivers transportmidler. Dette avtales nærmere mellom Oppdragsgiver og Leverandør.

2.4.5 Datainnsamling kundeintervjuer

Datainnsamling skal foregå på samme måte som i dag, dvs. utsendelse av undersøkelse per sms på mobil, og på nettbrett med eventuell assistanse til de som ikke ønsker å benytte mobil.

Intervjuene skal fordeles jevnt over hele datainnsamlingsperioden, og på linjer, ukedager og tidspunkt på døgnet som i størst mulig grad speiler fordelingen av antall reiser blant Oppdragsgivers kunder.

Tilbyder bes beskrive hvordan de vil sikre at gjennomførte intervjuer best mulig samsvarer med fordelingen av reiser i Vedlegg 1 Bilag A Oversikt over linjer, reiser og intervjuer. Se nr. 7 i Bilag 1 til prosedyrebeskrivelsen.

2.4.6 Vekting kundeintervjuer

Hovedprinsippet er at det vektet med hensyn til antall passasjerer per linje og ukedag. Tilbyder skal vekte resultatene for mulige skjevheter i fordelingen av intervjuer internt i den enkelte kontrakt. Det skal også vektet for det faktum at det gjennomføres flere intervjuer på noen kontrakter enn det antall reiser på de linjer kontrakten omfatter, tilsier.

2.4.7 Endringer i Oppdragsgivers kontrakter

Som vist i punkt 1.4 vil Oppdragsgiver avslutte og få nye avtaler i løpet av avtaleperioden med Leverandør. Tilbyder må derfor ta høyde for endringer underveis. Oppdragsgiver beskriver hvilke linjer som inngår i alle kontrakter som vist i Bilag A Oversikt over linjer og antall reiser.

Med jevne mellomrom gjennomføres også ruteendringer, stort sett gjøres dette ved skolestart hvert år. Dette skal Oppdragsgiver varsle Leverandør om så raskt som mulig, og senest to uker før oppstart på nye rutetider.

2.5 Årlig markedsundersøkelse i Hallingdal og Hemsedal

Siden dette området i stor grad preges av skoleruter som er åpne for publikum generelt, ønsker Brakar å gjennomføre en egen markedsundersøkelse i dette området annet hvert år.

Spørreskjema fra tidligere undersøkelse er lagt ved. Se Bilag D. Dette må justeres etter dagens behov. Undersøkelsen er tidligere gjennomført som en telefonundersøkelse. Undersøkelsen skal ha ca 12-1500 respondenter. Vi ber Tilbyder om å foreslå metode for gjennomføring av denne.

2.6 Andre markedsundersøkelser

Brakar har med jevne mellomrom behov for bistand til andre kunde- eller markedsundersøkelser. Disse avtales etter behov.

3. RAPPORTERING

3.1 Behov for kunde- og markedsinnsikt i webgrensesnitt

For å sikre god innsikt i kundedata i hele organisasjonen ønsker Oppdragsgiver å tilgjengeliggjøre data for brukere i egen organisasjon og brukere hos Oppdragsgivers operatør. Dette skal leveres i et webgrensesnitt basert på passordbelagte brukertilganger for Oppdragsgiver og Oppdragsgivers operatør.

Leverandøren vil være ansvarlig for å levere ferdige kvalitetssikrede data i de formater som er avtalt.

Dette innebærer at de viktigste leveransene knyttet til rapportering vil være:

- Resultater av dybdeintervjuer i en power point-presentasjon med muntlig gjennomgang for Oppdragsgiver.
- Alle resultater fra innbyggerundersøkelsen, levert helst i sanntid/tilnærmet sanntid i et webgrensesnitt.
- Alle resultater fra kundeintervjuer, levert helst i sanntid/tilnærmet sanntid i webgrensesnittet.
- En driveranalyse i sanntid/tilnærmet sanntid som viser sammenheng mellom preferanser og valg av reisemåte. Denne må også være tilgjengelig i webgrensesnittet.

Vi ber Tilbyder om å beskrive strukturen/innholdet i rapporteringen/webgrensesnittet og beskrive dataflyt fra registrering til sluttbrukerrapportering i henhold til nr. 12 i Bilag 1.

Resultater for overordnede spørsmål som ikke påvirker Operatørs ansvar skal legges inn i egen rapport i webgrensesnittet og bare være tilgjengelig for Oppdragsgivers ansatte.

3.2 Datafiler

Oppdragsgiver skal ha tilgang til datafiler med ferdig analyseklare og kvalitetssikrede data ved behov. Disse skal leveres som SPSS- eller Excel-filer. Filene skal inneholde alle data med mindre Oppdragsgiver etterspør noe annet. Se nr. 23 i Bilag 1.

3.3 Rapportering innbyggerundersøkelse

I tillegg til at alle resultater skal kunne gjøres tilgjengelig i form av datafiler/API, skal utvalgte hovedresultater og informasjon om datainnsamling/feltarbeid også rapporteres i et webgrensesnitt.

Når det gjelder innbyggerundersøkelsen skal minimum følgende resultater, inkl. historikk, vises i en webrapport:

- Antall intervjuer (vektet og uvektet)
- Antall reiser per person/dag (vektet og uvektet)
- Markedsandeler (av alle reiser) – vektet (vanlig/rullerende 12 måneder/glattet)
 - Kollektivt
 - Bil
 - Sykkel
 - Gange
 - Annet
- Markedsandeler (motorisert) – vektet (vanlig/rullerende 12 måneder/glattet)
 - Kollektivt
 - Bil
 - Annet
- Tilfredshet med tilbudet (andel fornøyde)
- Misnøye med tilbudet (andel misfornøyde)

Rapporten skal kunne vise utvikling per måned/kvartal/tertiel/år. Det skal være mulig både å filtrere, og å bryte ned resultatene (dvs. sammenligne resultater) for:

- Kontraktsområde
- Kjønn
- Alder
- Reisefrekvens
- Billettkjøp

eller andre forhold Operatør mener er viktig.

3.4 Rapportering kundeintervjuer om bord

Følgende resultater, inkludert historikk, skal som et minimum være tilgjengelig i et webgrensesnitt:

- Tilfredshet med
- Alt i alt – tilfredshet med turen
- Sjåførens serviceinnstilling
- Sjåførens kjørestil
- Innvendig renhold

Rapporten skal som standard vise resultater per måned (siste 13 måneder), men det skal også være mulig å se på resultater per kvartal og per år. Rapporten skal vise totaltall, samt at det skal være mulig å filtrere, samt og å bryte ned resultatene på:

- Kontraktsområde
- Linje
- Kjønn
- Alder
- Reisefrekvens
- Billettkjøp

3.4.1 Kundens opplevelse – rapport for operatører

Det skal være mulig å gi Operatørs ansatte tilgang i webgrensesnittet til resultatene fra spesifikke kontraktsområder slik at de kan følge utviklingen. Tilgang til dette administreres via Oppdragsgiver.

3.4.2 Import av data fra tidligere leverandør

Ny MIS må inkludere data fra minimum to siste år fra forrige avtalepart, og disse skal være tilgjengelig i samme webgrensesnitt som øvrig data. Se nr. 21 i Bilag 1. Brakar vil bistå med å få tilgang til og overført disse data.

3.5 Mulighet for selvbetjening / lage egne rapporter

Det er ønskelig at Oppdragsgiver har tilgang til å lage egne rapporter i løsningen etter behov. Se nr. 22 i Bilag 1.

3.6 Dokumentasjon og generelle krav til rapporteringsløsning

- Rapporteringsfrekvens: Reisevaner og tilfredshet – i sanntid/tilnærmet sanntid, jf. nr. 15 i Bilag 1.
- Rapporteringsfrekvens: Kundeintervjuer - i sanntid/tilnærmet sanntid, jf. nr. 16 i Bilag 1.
- Brukerstyring (styring av rettigheter og tilgang) og passordbeskyttelse med kapasitet for inntil 50 brukere, jf. nr. 17 i Bilag 1.
- Ferdig vektete resultater fra foregående måned skal være tilgjengelig i rapporteringsløsningen senest 5 virkedager etter månedsslutt. Ved årsavslutning avtales særskilte tidsfrister, jf. nr. 18 i Bilag 1.
- Enkel eksport av alle tabeller til Excel og PowerPoint i redigerbart format, jf. nr. 19 i Bilag 1.
- Rapporteringsløsningen skal være tilgjengelig i minst 6 måneder etter kontraktens utløp, og alle data skal være tilgjengelige for overføring til ny kontraktspart ved overgang til ny Leverandør, jf. nr. 20 i Bilag 1.
- Layout tilpasset hovedelementer i Oppdragsgiver visuelle profil.

4. NØKKELPERSONER

Leverandøren skal i henhold til nr. 24 i Bilag 1 oppgi hvilke nøkkelpersoner som er tenkt i hvilke roller i leveransen. CV med referanser for hver enkelt nøkkelperson skal leveres med tilbudet.

BILAG TIL VEDLEGG 1 OPPDRAGSBESKRIVELSEN

Vedlegg 1 Oppdragsbeskrivelse (dette dokumentet) har følgende bilag:

- Bilag A: Oversikt over linjer, reiser og intervjuer per område og kvartal
- Bilag B: Ruter innbyggerundersøkelse Spørreskjema
- Bilag C: Brakar kundeintervju Spørreskjema
- Bilag D: Spørsmål til kundeundersøkelse i Hallingdal