

KUNDE- AMBAS- SADØØREN 2. HALVÅR 2016



Indhold

Indhold	2
God kundekultur.....	3
Klager til Kundeambassadøren 2016	5
Kundeambassadørens anbefalinger	9
Kundeambassadørfunktionen.....	14
Er kundernes behov firkantede?	15

God kundekultur

Kultur er et begreb, der er svært at definere, og kulturdebatter kan let skabe uenighed mellem mennesker. Kulturer er vanskelige at sætte på formel og kan være inkluderende eller ekskluderende i sine definitioner.

Jeg vil alligevel vove at give mit perspektiv på det, som kendetegner god kundekultur og - med afsæt i de synspunkter vi får fra DSB's kunder - give nogle eksempler på, hvor jeg mener, at DSB kan videreudvikle sin kundekultur.

Emnet er relevant for DSB, fordi god kundekultur kan bibringe DSB stærkere relationer med endnu flere loyale kunder - både i og uden for toget. Med DSB's kundekultur er her tænkt en række fællestræk for den adfærd, som DSB udviser i relation til kundeoplevelsen, og som påvirker mange af DSB's daglige møder med kunderne.

God kundekultur hviler på, at en virksomhed og dens medarbejdere tilstræber at være kundeorienterede i alt, hvad de gør. Løsninger målrettes kundernes behov, og fokus er på at gøre det let at være kunde, også når kunderne har forskellige behov. Det indbefatter, at virksomheden vedvarende betragter sig selv udefra og nøgternt ser på om produkter, regler, sprog og services giver mening, også for dem der ikke er ansat i virksomheden.

En god kundekultur afhænger af medarbejdernes vilje og evne til at opfylde kundernes behov og til at give en fornuftig begrundelse, når behovet ikke kan indfries. Det forudsætter, at der er råderum og tillid til medarbejderne, som er klædt på til at møde kunderne med høj faglighed, i øjenhøjde og med respekt for kundens oplevelse - også når kunden ikke har ret.

God kundekultur skal ikke tilsidesætte, at DSB skal drive en rentabel forretning, og alle har en interesse i, at der kører tog i fremtiden. Det er imidlertid min vurdering, at DSB også med få omkostninger, kan påvirke kundetilfredsheden positivt ved at arbejde med sin kundekultur - et smil og en høflig kundebetjening er helt gratis.

Alt peger på, at DSB i de kommende år vil stå over for en øget forbrugerbevidsthed, som vil kræve, at DSB i endnu højere grad tager højde for kundernes individuelle behov. Kunderne vil i stigende grad forvente, at de kan foretage deres rejser på egne præmisser, og de vil ikke affinde sig med at skulle forholde sig til uforståelige regler, undtagelser og paragraffer, eller fordi DSB "har sagt det".

DSB kan derfor med fordel have fokus på at gøre sig ekstra umage med at forklare kunderne, hvordan tingene hænger sammen, så det sikres, at kunderne tilegner sig tilstrækkelig viden til at kunne træffe de rigtige valg.

Kunderne ønsker intuitive produkter og tjenester, som imødekommer deres behov. Det hænder, at IT-systemers formåen får lov til at blive styrende for løsningen, hvilket kan risikere at være i strid med, hvad der er logisk eller måske endda rimeligt at forlange af kunderne.

DSB's kunder oplever DSB som én enhed, uanset om de befinder sig før, under eller efter deres rejse. Kunderne ser dét at rejse med DSB fra dør til dør som én samlet ydelse. Derfor bør DSB altid tænke i hele "Rejsekedden" og se sig selv udefra som en sammenhængende perlerække af kundeoplevelser.

Det stiller blandt andet krav til genkendelig adfærd og sprogbrug over for kunderne. Samme produkter og ydelser skal kaldes ved samme navn alle steder, og det kan med fordel tilstræbes, at produkterne videst muligt følger de samme processer omkring salgskanaler, fortrydelsesret, kundebreve mv.

DSB's arbejde med kundekommunikation i projekt Det Gode Svar og initiativet Service på DSB'sk viser, at DSB har fokus på, at kunderne skal have den samme gode, ensartede service, uanset hvem fra DSB de møder på deres rejse. Det er positivt, at begge initiativer fortsat lever i 2017.

Kundekultur skal, som en hver anden kultur, dyrkes og vedligeholdes. Den skal italesættes, den skal diskuteres, og der skal være plads til, at den ind i mellem udfordres. Kundeambassadøren stiller naturligvis beredvilligt sin kundeindsigt til rådighed. Noget af den kundeindsigt kan der læses om i denne rapport.

Camilla Bjerrum Hansen,
Kundeambassadør



Klager til Kundeambassadøren 2016

Kundeambassadøren har modtaget 324 klager i 2. halvår og har i alt modtaget 624 klager i 2016, hvilket er et lille fald i forhold til 2015.

Klager til DSB's Kundeambassadør



Note: Der rapporteres på forskellige årstal i denne rapport, da der har været forskellige opgørelsesmetoder i de forrige år.

Kundeambassadøren havde på baggrund af en stigende klagelyst i foråret forventet en tilvækst i klager bl.a. som følge af sporarbejde, punktlighed og en øget mængde kontrolafgifter. Den forventede vækst har været der i antallet af klager til DSB Kundeservice, og dermed er andelen af DSB's klager, der er bragt videre til Kundeambassadøren, faldet til 0,57% mod 0,7% i 2015 (jf. nedenstående graf). Dette fald tilskrives en højere kvalitet i afgørelser og svar fra DSB Kundeservice.

Andel klager der går videre til Kundeambassadøren



Typer af klager til Kundeambassadøren			
	2014	2015	2016
Kontrolafgifter	64 %	61 %	58 %
Produkter	15 %	23 %	25 %
Undervejs på rejsen	8 %	11 %	17 %
Service	13 %	5 %	0 %

Kontrolafgifter: klager over kontrolafgift

Produkter: Rejsekort, Ungdomskort, Pendlerkort mv.

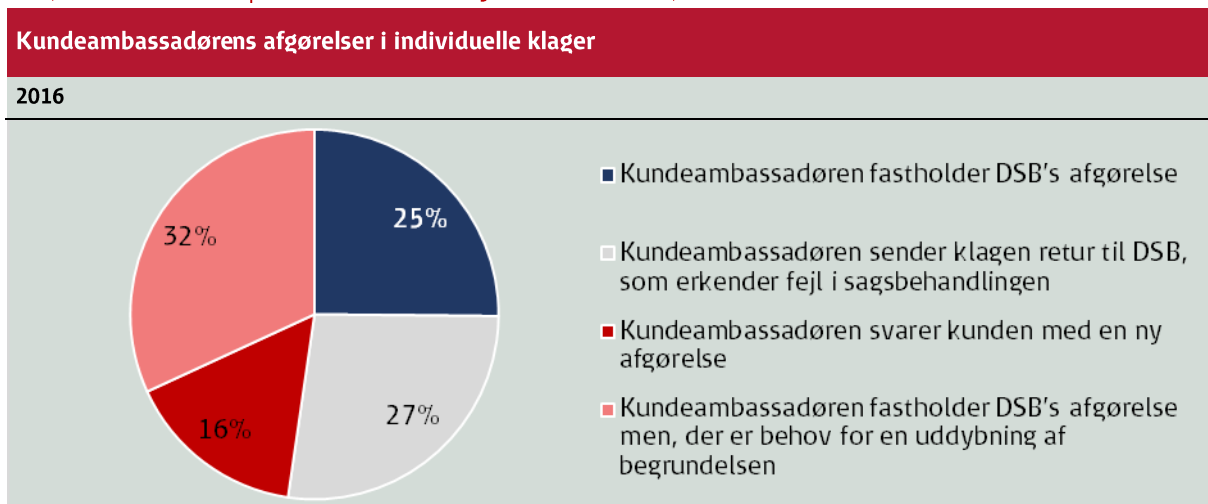
Undervejs på rejsen: Trafikinformation, forsinkelser, forhold i toget el. på stationen m.v.

Service: Klager over mødet med DSB's kundevedtatte personale

Kundeambassadøren modtager fortsat flest klager, der er affødt af utilfredsheden med en tidligere DSB-afgørelse omkring en kontrolafgift.

Andelen af klager, direkte relateret til produkter og "undervejs på rejsen" er steget, mens der, som noget helt enestående, har været under 1 % klager til Kundeambassadøren, som relaterer sig direkte til mødet med DSB's medarbejdere og servicen.

Afgørelser 2016 | Kundernes udbytte af at klage



Overordnet set har 75% af de kunder, der har henvendt sig, fået et nyt svar eller ny afgørelse.

43% af kunderne fik en helt ny afgørelse til kundens fordel.

5% af klagerne til Kundeambassadøren har affødt en generel anbefaling til DSB om at ændre praksis eller forbedre Kundekommunikationen, så kunderne ikke oplever samme problemstillinger fremadrettet (se kapitel 3). Kunderne har dermed haft indflydelse på de anbefalinger, som Kundeambassadøren har afleveret til DSB.

For 32% vedkommende er den tidligere afgørelse fastholdt, men kunden modtog en uddybende redegørelse for, hvorfor DSB ikke kan imødekomme kundens ønske.

Afgørelser 2016 | Udvikling

Udvikling i Kundeambassadørens afgørelser				
	2013	2014	2015	2016
Kritik af DSB's afgørelse	27 %	33 %	17 %	16 %
Kritik af DSB's begrundelse	16 %	22 %	36 %	32 %
DSB's svar fastholdes	38 %	30 %	18 %	25 %
Retur til DSB for genbehandling	19 %	15 %	29 %	27 %

Det er sket en positiv udvikling i afgørelserne. Der er færre klager, som giver anledning til, at Kundeambassadøren rejser kritik af DSB's afgørelse eller begrundelse og flere klager, hvor DSB's svar fastholdes.

Kundeambassadøren vurderer, at det er udtryk for, at DSB i højere grad behandler kunderne rigtigt første gang, og at Kundecenteret er blevet bedre til at afgøre de komplicerede sager.

Tendenser i klager til Kundeambassadøren

Kundeambassadøren møder til stadighed en øget kompleksitet og helt nye problemstillinger i klagerne, men der er fortsat også klager, der knytter sig til kendte problemstillinger.

Når det kommer til **kontrolafgifter**, har tendensen været, at kunderne har udfordringer med brugen af de nye salgskanaler såsom rejsekort og billetapps.

Med den digitale udvikling er kunderne selv indehavere af salgskanalen. Og ved opståede fejl på **billetappen** kan det være vanskeligt for kunderne at finde ud af, hvor fejlen ligger. Hvem er ansvarlig for fejlen, når kunden ikke kan vise sin billet pga. sort skærm eller en app, der ikke vil åbne? Nye salgskanaler stiller nye krav til kunderne, hvilket mange kunder ikke er opmærksomme på.

1/3 af produktklagerne relaterer sig til brugen af **rejsekort**. Kundeambassadøren må konstatere, at det for mange kunder stadig er nyt og kompliceret at benytte rejsekort. Det skal ses i lyset af, at antallet af rejsekortkunder er stigende i takt med, at andre produkter udfases.

Også erfarne brugere har udfordringer med at gennemskue regler og teknik i relation til den kommunikation, der gives – på stationen og på rejsekortets hjemmeside.

DSB har i 2016 genoptaget inddrivelsen af kundegæld. Kundeambassadøren har på den baggrund modtaget en del henvendelser fra kunder, der er overgået til et **inkassoforløb**. Kunderne mangler information og overblik over gælden, som i flere tilfælde er mere end 2 år gammel. DSB's krav vedrører typisk kontrolafgifter og manglende betaling for indsættelse af penge på kundens rejsekort.

I klager over **Ungdomskort** ser Kundeambassadøren en tendens til, at klagerne alene afgøres ud fra regler, og at der ikke tages hensyn til kundens individuelle situation, som kunden uforskyldt er stillet i.

Klager over **forsinkelser** drejer sig oftest om, at kunden ønsker refundering af udgifter til alternativ transport, når DSB er forsinket. Kundeambassadøren ser en tendens til, at kunderne forventer, at de på eget initiativ kan tage alternativ transport på DSB's regning. Ved akut opståede forsinkelser klager kunderne også over manglende trafikinformation.

Generelt klager kunderne over, at de får standardsvar, der ikke besvarer de konkrete klagepunkter, som kunden har rejst. Kundeservice og Kundeambassadøren har planlagt et kompetenceudviklingsforløb i 2017.

Kundeambassadørens anbefalinger

Kundeambassadøren har i 2. halvår 2016 ikke afsluttet eller igangsat nye større undersøgelser. Kundeambassadøren har valgt, på baggrund af flere komplekse kundeklager, løbende at aflevere anbefalinger til DSB. Der er derfor i 2016 afleveret langt flere principielle anbefalinger baseret på individuelle kundeklager end de tidligere år.

Der er i hele 2016 afleveret 33 anbefalinger baseret på individuelle kundeklager. Til sammenligning afleverede Kundeambassadøren 20 anbefalinger til DSB i 2015.

Kundeambassadørens anbefalinger baseret på individuelle kundeklager

Kundeambassadøren har i 15 tilfælde i 2. halvår 2016 fundet anledning til at rejse en generel problemstilling baseret på behandling af individuelle kundeklager.

DSB har valgt at følge samtlige anbefalinger.

Hovedparten af anbefalingerne omhandler problemstillinger relateret til DSB's mange produkter. Især har rejsekort og DSB's billetapp givet anledning til, at Kundeambassadøren har rejst kritik af DSB's regler og vejledning til kunderne.

Herunder er en oversigt over de anbefalinger, der løbende er afleveret til DSB i 2. halvår 2016.

Kundeambassadørens anbefalinger baseret på individuelle kundehenvendelser		
Anbefaling	DSB's svar	Gennemføres
DSB appen: Kunder, der har købt en Orangebillet i DSB's billet app, mister den købte billet, hvis kunden skifter mobiltelefon mellem køb og rejsedato, da det ikke er muligt at overflytte billetter mellem mobiltelefoner. KA anbefaler, at DSB tilbagebetaler den billet, som kunden ikke længere har adgang til at benytte.	DSB har accepteret anbefalingen. Orangebilletter vil i sådanne situationer fremover kunne tilbagebetales mod betaling af et gebyr.	K4 2016

Kundeambassadørens anbefalinger baseret på individuelle kundehenvendelser

Anbefaling	DSB's svar	Gennemføres
DOT appen: Kunder, der ikke har fornyet deres mobile Periodekort i umiddelbar forlængelse af det forrige kort, bibeholder ikke deres kortnummer, med den konsekvens, at kunden har mistet sin tilmelding til DSB's Glemte-kort ordning. Nogle kunder har derfor fået udstedt en kontrolafgift. KA anbefaler, at kunder, ved fornyelse af deres mobile Periodekort, bibeholder deres kortnummer og herved bibeholder deres tilmelding til Glemte-kort ordning. Kunder, der af denne årsag, har fået udstedt en kontrolafgift, bør hjælpes individuelt ved henvendelse til DSB Kundeservice.	DSB har accepteret anbefalingen og vil se nærmere på en løsning, så kunden kan bibeholde sit stamkortnummer ved fornyelse.	K4 2016
DSB appen: Standardbilletter købt i DSB's billet app udstedes til en rejsedato valgt af kunden og gælder til alle afgang på den valgte rejsedato. Den information, som kunden får ved køb i appen, kan dog give anledning til misforståelser omkring billetens gyldighedstidspunkt. Der er kunder, der af denne årsag, har fået udstedt en kontrolafgift. KA anbefaler, at det af billet og kvittering tydeligt fremgår, hvornår billetten kan benyttes.	DSB har accepteret anbefalingen og vil sikre tydeligere information om billetens gyldighed og skærpe kommunikationen omkring, at der er tale om, at billetten ikke er knyttet til et specifikt afgangstidspunkt, men kun er gyldig på den dato, den er købt til.	2017
DSB appen: En akut midlertidig fejl i betalingsmodulet i DSB's billet app betød, at mange kunder endte med at have betalt for billetter, som aldrig blev leveret. Nogle kunder måtte vente i mere end 3 uger på at få deres tilgodehavende refunderet. KA anbefaler, at kunder, der på grund af en fejl i DSB's systemer, ikke skal vente uforholdsmæssigt længe på at få deres tilgodehavende tilbagebetalt samt, at DSB kontakter berørte kunder.	DSB har accepteret anbefalingen. DSB vil hurtigst muligt afhjælpe problemet over for kunden. Ved større nedbrud vil DSB tilsætte ekstra ressourcer, for at få problemet løst hurtigt. Kunderne vil blive holdt orienteret via DSB's gængse kommunikationskanaler.	2017

Kundeambassadørens anbefalinger baseret på individuelle kundehenvendelser

Anbefaling	DSB's svar	Gennemføres
Rejsekort: Kunder med en tank-op aftale kan have en positiv saldo på rejsekortet og samtidig have gæld til DSB. Mange kunder forstår ikke denne sammenhæng, og layoutet på rejsekortets selvbetjeningsportal viser ikke dette tydeligt nok. KA anbefaler, at DSB tager initiativ til at sikre, at information og vejledningen til kunderne gøres tydeligere på selvbetjeningsportalen, så kunderne ikke er i tvivl, hvis de skylder penge til DSB.	DSB accepterer anbefalingen. DSB har i samarbejde med kundecenteret identificeret nogle forbedringsmuligheder, der vil gøre oversigten lettere at forstå for kunderne. Denne, samt en række andre forbedringer af selvbetjeningen, prioriteres og implementeres løbende i et samarbejde mellem trafikselskaberne og Rejsekort A/S. Det er derfor ikke muligt at sige, hvornår denne forbedring vil blive implementeret.	NN
Rejsekort: Det kan være vanskeligt for kunderne at betjene sig ved check ind ekstra standerne, da vejledningen er begrænset og metoden ikke umiddelbart intuitivt. Konsekvenserne for kunderne er, at de har fået udstedt en kontrolafgift på 750 kroner. KA anbefaler, at DSB tager initiativ til at sikre bedre hjælp og vejledning til kunder, der benytter check ind ekstra.	DSB accepterer anbefalingen. DSB oplyser, at rejsekort A/S via en ekstern brugerundersøgelse har identificeret forbedringsbehovene, og at kundevejledningen på standerne på det grundlag vil blive forbedret.	K1/2 2017
Rejsekort: Ved lukning af et rejsekort bliver restsaldoen overført til kundens Nem Konto. DSB har dog ikke mulighed for at dokumentere, at udbetalingen har fundet sted, når kunder henvender sig om manglende udbetaling af deres tilgodehavende. Her henviser DSB kunderne til at dokumentere, at deres tilgodehavende ikke er modtaget – hvilket kunderne ikke har mulighed for. KA anbefaler, at DSB sikrer mulighed for at DSB kan dokumentere, at udbetalingen er sket.	DSB anerkender problemstillingen og vil undersøge hvilke løsninger, der vil kunne tilbydes.	2017
Rejsekort: Vejledningen om check ind af medrejsende på et personligt rejsekort er ikke tilstrækkeligt tydelig og konsekvensen har været, at der er kunder, der har fået en kontrolafgift. KA anbefaler, at DSB tager initiativ til at sikre, at vilkårene for check ind af medrejsende fremgår tydeligt af vejledningen på rejsekorts hjemmeside.	DSB har accepteret anbefalingen. Vejledningen vil i dialog med rejsekort A/S blive gjort tydeligere.	K4 2016

Kundeambassadørens anbefalinger baseret på individuelle kundenhenvendelser

Anbefaling	DSB's svar	Gennemføres
Pendlerrejsetidsgaranti: Det er ikke tilstrækkeligt tydeligt på DSB's hjemmeside, at der er Pendlerkort, som ikke er berettiget til PRTG. Der er derfor kunder, der ikke har fået den kompensation, som de på grund af forsinkelser har været berettiget til. KA anbefaler, at DSB sikrer, at det ikke er muligt at tilmelde pendlerkort, der ikke er berettiget til PRTG til ordningen, og at vejledningen omkring dette fremgår tydeligt på dsb.dk	DSB har accepteret anbefalingen og oplyser, at vejledning på dsb.dk vil blive rettet. Det er dog p.t. ikke teknisk muligt at blokere en tilmelding for Pendlerkort, der ikke er omfattet af ordningen. DSB vil se nærmere på mulighederne for en bedre teknisk løsning.	Delvis gennemført i K4 2016.
Pendlerrejsetidsgaranti: Ved sporarbejde vil kunderne ikke blive kompenseret for den faktiske forsinkelse, der opstår i henhold til særkøreplanen, såfremt forsinkelsen indtræder på den del af rejsen, der sker med togbus. Kunderne får alene kompensation for de forsinkelser, der opstår med toget. KA anbefaler, at DSB sikrer, at kunderne får en kompensation, der modsvarer den forsinkelse, som de reelt har haft.	DSB har accepteret anbefalingen. DSB er enig i, at alle pendlere skal kompenseres i forbindelse med forsinkelser - uagtet om kunderne transporteres med tog eller indsatte erstatningsbusser.	2017
Print-selv billetter: Kunder, der ved kontrol i toget, ikke kan forevise det id, som blev angivet ved købet, får udstedt en kontrolafgift, selvom kunden har gyldig billet og på anden vis kan dokumentere sin identitet. KA anbefaler, at DSB ikke udsteder en kontrolafgift, når kunden har købt en print-selv billet, som er personlig, og hvor kunden kan dokumentere sin identitet med andet relevant id.	DSB anerkender problemstillingen og vil undersøge hvilke løsninger, der vil kunne tilbydes.	NN
Orangebilletter: Kunder der har købt en orangebillet, som gælder til en specifik afgang og plads i toget, mister deres pladsbillet, når der opstår akutte aflysninger eller andre ændringer. KA anbefaler, at kunder, der klager over, at de ikke har fået en siddeplads i toget på grund af disse akutte ændringer, får tilbagebetalt det beløb, der er betalt for pladsbilletten.	DSB har accepteret anbefalingen, og nye retningslinjer vil blive implementere hos DSB Kundeservice.	K4 2016

Kundeambassadørens anbefalinger baseret på individuelle kundenhenvendelser

Anbefaling	DSB's svar	Gennemføres
Kundeinformation: Informationer om zoner og omstigningsområder er vigtigt for DSB's kunder. Dels af hensyn til at anskaffe sig den rigtige billet til rejsen dels til at få overblik over, hvor købte billetter kan anvendes. For at dække dette behov er der efterspørgsel på, at denne information er tilgængelig på DSB's stationer. KA anbefaler, at DSB tilvejebringer den efterspurgte information på DSB's stationer – eksempelvis i form af et oversigtskort, der viser zoneinddelingen.	DSB har accepteret anbefalingen, og der vil fra 15. januar 2017 blive opsat zonekort på DSB's stationer i Østdanmark. I resten af landet vil behovet blive vurderet, når der i forbindelse med Takst Vest sker ændringer i zonestrukturen.	K1 2017
DSB Ungkort/Ungdomskort: Navnesammenfald mellem DSB Ungkort og Ungdomskort er årsag til misforståelser. Der er derfor kunder, der har fået købt en forkert billet til deres rejse og efterfølgende fået udstedt en kontrolafgift. Der er også eksempler på, at der internt i DSB sker sammenblanding af regler og krav til de 2 produkter. KA anbefaler, at DSB er særlig opmærksom på at sikre en tydelig vejledning omkring forskellene i produkterne - både internt og i kundeinformation og vejledning.	DSB har accepteret anbefalingen og vil sikre, at der både eksternt og internt informeres tydeligere om forskellene mellem de to produkter. DSB vil foretage en individuel vurdering af klager over en kontrolafgift fra kunder, som grundet uklar vejledning om de to produkter, har købt en forkert billet til deres rejse.	2017
Ungdomskort: Efter den nye postlov er postforsendelser længere om at nå frem til kunderne. Der er derfor kunder, der ikke har nået at få leveret deres Ungdomskort kort inden gyldighedsstart. Disse kunder har derfor måtte købe standardbilletter til deres rejser og har dermed fået øgede omkostninger til transport. DSB har afvist at dække kundens ekstraomkostninger. KA anbefaler, at DSB tydeligt skal orientere kunderne om, hvornår de senest skal rette henvendelse til DSB for at få hjælp, såfremt de ikke har modtaget deres Ungdomskort som forventet.	DSB har accepteret anbefalingen og vil informere kunderne på sms.	K 4 2016

Kundeambassadørfunktionen

Der følges op på effekten af Kundeambassadørens arbejde på tre områder:

- Udvikling i klager til Ankenævnet for Bus, Tog og Metro
- Andelen af kunder, der ikke er tilfredse med Kundeambassadørens afgørelse
- anbefalinger afleveret til DSB

Udvikling i sager som behandles i Ankenævnet

Sager behandlet i Ankenævnet			
	2014	2015	2016
Ankenævnsager, DSB i alt	28	11	13
Kundeambassadør afgørelser indbragt for Ankenævnet	6	1	1

Der er flere kunder end sidste år, der i 2016, efter en rejse med DSB, har klaget til Ankenævnet for Bus, Tog og Metro. Tilsvarende udvikling kan ikke konstateres hos de øvrige trafiksselskaber. I alt klagede 29 kunder til Ankenævnet. I 16 tilfælde valgte DSB dog at imødekomme kundens krav. Heraf udgør mere end halvdelen klager over mangelfuld information omkring betalinger for tank-op til kundens rejsekort.

Ankenævnet har ikke behandlet alle indkomne klager i 2016, og 4 klager er derfor endnu ikke afgjort.

DSB har ikke tabt sager i Ankenævnet i 2016.

Kunder, der ikke accepterer Kundeambassadørens første afgørelse

Fem kunder (<1 %), der har modtaget svar fra Kundeambassadøren, har været utilfredse med afgørelsen. I 3 tilfælde har Kundeambassadøren ændret sin afgørelse, efter at der er kommet nye informationer fra kunderne.

Anbefalinger afleveret til DSB

Kundeambassadøren har afleveret 35 anbefalinger til DSB i 2016. DSB vil gennemføre ændringer på områderne.

For at sikre, at de anbefalinger, som Kundeambassadøren afleverer til DSB, skaber forandringer til gavn for kunderne, vil Kundeambassadøren drøfte med DSB, hvordan der kan følges op på effekten af de afleverede anbefalinger.

Er kundernes behov firkantede?

500.000 individuelle kunder rejser dagligt med DSB, og det forventes, at DSB skal kunne rumme dem alle, med de særlige behov og ønsker, som det indebærer.

For at kunne håndtere og servicere så mange kunder, er det nødvendigt med fastlagte regler og klare procedurer for at sikre en effektiv og ensartet håndtering.

Samtidig er der krav til DSB i trafikkontrakten, hvor DSB skal effektivisere - levere mere for mindre - år for år. Dette skal DSB leve op til, ligesom DSB fremover skal tage højde for en øget konkurrence i den offentlige transportsektor.

Når så mange kunder skal håndteres hver dag, og DSB også skal tage højde for effektiviseringskrav, kan de opstillede regler og procedurer godt blive lidt firkantede. Specielt i forhold til kunden, som gerne vil have adgang til smidigt og fleksibelt at kunne købe billet, samt ses som individ - både når de rejser, og hvis de efterfølgende klager. Dette stiller store krav til DSB.

Med DSB-kasketten på må kunderne forstå, at de er en del af et stort tandhjul, hvor de gerne skal passe ind. Ønsker en kunde eksempelvis at klage til DSB, foregår det via en fortrykt formular, som dog ikke altid er tilpasset den enkelte kundes reelle behov, eller mister kunden sin mobiltelefon, hvorpå der ligger en Orange Billet, er ikke kun telefonen tabt - men også billetten. Der skal med andre ord helst ikke være 'for meget slinger i valsen', og kunderne skal gerne holde sig inden for de fastlagte rammer.

Men den danske befolkning er ikke sådan at putte i kasser - vi vil alle gerne ses som individer med særlige behov og hjælpes, når vi synes, at noget er svært. Vi lever i en moderne verden i konstant forandring - øget digitalisering og selvbetjeningsprincippet i den kollektive trafik stiller store krav, og gør det ikke altid nemt at være kunde. I sidste ende er det nemlig kunderne selv, der skal vide, hvilket produkt, der er det rette for dem, i hvilken salgskanal de skal handle, samt eksempelvis hvordan handelsbetingelserne er skruet sammen - det er ikke altid lige enkelt.

Derfor har kunderne en forventning om, at der er hjælp at hente hos DSB, når de kommer galt afsted. Budskabet fra kunderne til Kundeambassadøren er, at de vil lyttes til, de vil forstås, og mest af alt ønsker de individuel hjælp, når behovet er der. Der er samtidig tydelige tegn, der peger i retning af, at den generelle forbrugerbevidsthed fortsat skærpes, og kunderne efterspørger typisk, at produkter og services er tilpasset dem - og ikke omvendt.

Her har vi et dilemma - på den ene side skal DSB nå sine mål, og der skal internt være helt klare retningslinjer, som gør det nemt for medarbejderne at navigere i en travl hverdag, og på den anden side drømmer kunderne om en verden, hvor der vigtigst af alt tages højde for personlige behov, og hvor mødet med DSB i alle touch-points er enkelt og intuitivt - det skal være simpelt at rejse med DSB.

At forene DSB's mål og kundernes behov kan give nogle udfordringer, og det er Kundeambassadørens oplevelse, at der nemt opstår et spændingsfelt imellem DSB og kunderne, når noget går galt.

Spørgsmålet er derfor, kan DSB som rygraden i den kollektive trafik sikre, at lyskeglen peger på både den gode rejseoplevelse samt en rentabel forretning?

Med andre ord - kan DSB's mål og kundernes behov gå hånd i hånd, og hvis ja, hvordan?

