

# FÖRSÄLJNINGSTRATEGI 2024–2026



## FÖRSÄLJNINGSTRATEGI

---

Försäljningsstrategin pekar ut riktningen för hur Hallandstrafiken ska rekrytera och behålla kunder i syfte att bidra till ökad marknadsandel samt fler och nöjdare kunder.

### **Mål: Öka Marknadsandelen till 30% av de motoriserade transporterna år 2030**

I Region Hallands Trafikförsörjningsprogram för perioden 2021–2025 fastslås ett ambitiöst mål att öka marknadsandelen till 30% av de motoriserade transporterna fram till år 2030 (jämfört med 17% 2023). För att nå detta mål måste Hallandstrafiken ta en proaktiv roll i att attrahera nya kunder och förändra resvanor samt att befintliga kunder använder kollektivtrafiken i ännu större utsträckning.

Genom flera olika källor går det konstatera att resandet, generellt sett i samhället, har minskat efter pandemin, vilket till största del bör bero på att fler jobbar hemifrån samt att möten i större utsträckning sker på distans. Detta påverkar både resandet med kollektivtrafik och bil. För att marknadsandelen ska öka behöver fler kunder ställa bilen och istället välja kollektivtrafiken de dagar de har behov av att förflytta sig.

### **Var vill vi vara i december 2026?**

Försäljningsstrategin sträcker sig över tre år. Under dessa tre år ska försäljningsavdelningen bidra till att Hallandstrafiken behåller samt nyrekryterar fler kunder. Intäktsutvecklingen ger ett övergripande svar på hur Hallandstrafiken lyckats men för att få svar på mer bärande element i försäljningsstrategin krävs kompletterande uppföljning. Försäljningsavdelningen kommer regelbundet följa upp hur det går i alla aktiviteter kopplade till fokusområdena.

Om tre år vill Hallandstrafiken kunna konstatera att kunskapen om kunder och icke-kunder har ökat, att Hallandstrafiken har utvecklats i takt med resenärerna samt att beslut fattats baserat på data och resenärskänedom. Hallandstrafiken vill kunna konstatera att nya kunder tillkommit samt att befintliga kunder stannat kvar och att kundnöjdheten ökat.

## FOKUSOMRÅDE: NYREKRYTERING

---

Om kollektivtrafikens marknadsandel gentemot bilen ska öka behöver Hallandstrafiken satsa på rekrytering av nya kunder. Kampanjer som genomförs behöver vara instegskampanjer som visar erbjudandet i syfte att attrahera nya kunder.



Hallandstrafikens erbjudande behöver vara attraktivt och fler behöver känna att de vill genomföra den livsstilsförändring som krävs för att bli en kollektivtrafikresenär. Hallandstrafiken behöver satsa på arbets- och studiependlande men också fritidsresor.

### Strategier för nyrekrytering:

- Genomföra kampanjer utifrån precisa urval, exempelvis prova-på kampanjer
- Utveckla biljettsortimentet och arbeta aktivt med taxorna
- Förenkla försäljningskanalerna
- Påverka och samarbeta med kommunerna
- Satsa på företagsförsäljning
- Placera försäljningskanalerna strategiskt och ta digitaliseringen i beaktande

### FOKUSOMRÅDE: BIBEHÅLLEN OCH ÖKAD ANVÄNDNING HOS BEFINTLIGA KUNDER

---

Ska kollektivtrafikens marknadsandel gentemot bilen öka behöver Hallandstrafiken satsa på att befintliga kunder använder kollektivtrafiken för fler resor i sin vardag. Hallandstrafiken ser behovet av att vårda befintliga kunder och öka deras lojalitet gentemot och användandet av kollektivtrafiken. Målet är att erbjuda trogna kunder en bekväm och förmånlig resa. För att behålla kunder behöver Hallandstrafiken förbättra relationerna till kund och säkerställa hög service. Hallandstrafiken behöver bli mer tydliga i erbjudandena samt uppmuntra lojalitet. Genom att försäljningen av biljetter sker i Hallandstrafikens egna kanaler kan Hallandstrafiken äga kommunikationen mot kund och öka kundkännedomen.

### Strategier för att behålla och öka användning hos befintliga kunder:

- Utforma lojalitetsprogram som premierar resande
- Utveckla biljettsortimentet och försäljningskanaler så att de passar kundernas behov
- Prioritera appen som försäljnings- och informationskanal
- Prioritera försäljningen i de egna kanalerna
- Ingå samarbeten med tredjepart
- Kontinuerligt lyssna av kundernas behov
- Få kunderna att använda kollektivtrafiken till fler av sina resor
- Utforma erbjudanden i syfte att stimulera ökat resande