

Aan Connexxion Openbaar Vervoer
t.a.v. H. Egtberts
Postbus 224
1200 AE HILVERSUM

Alkmaar, 4 april 2016

Geachte heer Egtberts

We ontvingen van u op 10 maart 2016 het marketingplan 2016 ter advisering. Op de plenaire vergadering van het Rocov-NH op 21 maart hebben wij daarover met u van gedachten kunnen wisselen.

We zijn onder de indruk van de uitvoerigheid waarmee in het marketingplan de situatie in de drie concessiegebieden wordt beschreven. Van belang voor een goed begrip van de ontwikkeling is onder andere onderdeel 2.4.2.

De grafieken in dit onderdeel zouden aan duidelijkheid winnen als op de y-as de eenheden aangegeven zouden zijn. Verder valt op dat bij de vergelijking met het jaar 2014 enkele maanden ontbreken, zonder dat de redenen daarvoor worden gemeld.

Wagenverkoopcijfers

Jammer genoeg zijn de incheckgegevens niet aangevuld met wagenverkoopcijfers. Vooral in NHN is dat een niet te verwaarlozen groep: 30% . Dat zou de interpretatie zeker vergemakkelijken.

In het vervoerplan NHN voor de tweede helft van 2016 staat dat in 2015 een vervoersgroei in NHN is vastgesteld van 9%. Dat is ruim boven de 5% die in het marketingplan wordt gegeven als groei van aantal incheckers.

De conclusie is dan dat er aanzienlijk meer wagenverkoop heeft plaatsgevonden. Dat is in tegenspraak met de afname van de wagenverkoop met 2%-punten die bij 3.1.2 gemeld wordt.

Waarschijnlijk speelt hier onduidelijkheid een rol over de juiste telcijfers bij de pilot Texel. Graag zouden we hierover enige toelichting ontvangen.

Metten reizigersgroei

De reizigersgroei vooral in NHN is door het gebruik van het eurokaartje in Alkmaar moeilijk te bepalen. We adviseren dan ook om voor de wagenverkoop op stadslijnen printapparatuur op de bus te installeren, zoals in Zaandam op proef gebeurt. Het was wellicht beter geweest deze proef in Alkmaar te houden, wegens het grote aandeel van de wagenverkoop daar.

Een andere mogelijkheid om aan betere en vooral betrouwbare gegevens te komen, kan de invoering zijn van een chip in wagenverkoop-kaartjes, en het daarmee inchecken.

Betrouwbare cijfers over het gebruik van de bussen zijn niet alleen voor Connexxion van essentieel belang, maar ook voor het Rocov-NH, als ons om advies gevraagd wordt over het mogelijk opheffen van ritten.

In 3.1.2 wordt gesproken over Reizen op rekening en de OV-vrij dagkaart. Daarbij is een duidelijke groei opgetreden. Deze tarief- en kaartsoorten zijn ons onbekend en komen niet voor in de tarievenlijst NHN in 2015 waarover wij geadviseerd hebben.

Evaluatie

In 2016 voert u een aantal marketingacties uit.

Wij hopen met u dat dit zal leiden tot toename van het aantal reizigers. Dat zal voor veel van de genoemde acties het criterium moeten zijn.

Het valt ons op dat er nauwelijks aandacht is voor een grondige evaluatie van de verschillende acties. Wij adviseren u dan ook dringend om van de voorgenomen acties steeds op te geven welke gegevens verzameld moeten worden om het resultaat van de actie te bepalen, hoe die gegevens verzameld kunnen worden, wat de uitgangsgegevens zijn, en welk criterium aangelegd wordt voor een succesvolle actie.

In een volgend marketingplan kan deze evaluatie beschreven worden. Aan de hand daarvan kan het Rocov-NH gerichter dan nu adviseren over de aard en het nut van de voorgenomen acties.

Met vriendelijke groet,

Namens het Rocov-NH



Ludolf Maat, secretaris

cc: provincie Noord-Holland, mw E. Ypma
cc: Connexxion , mw S Louwers