



Matkustajan kokemuksia
junaliikenteessä

Antero Alku, Alkutieto Oy
ProRautatie 15.3.2012



Junan merkitys kuluttajalle

- Juna on yksi tapa matkustaa
 - Juna tai: auto, bussi, lentokone
- Junalla on sille ominaisia etuja, joita ei ole muilla kulkutavoilla
 - Ei tarvitse ajaa itse (auto)
 - Voi työskennellä matkan aikana (auto, bussi)
 - Voi liikkua matkan aikana (auto, bussi, lentokone)
 - Ravintola, kahvila, WC (auto, bussi osin)
 - Voi nukkua matkan aikana (auto, bussi, lentokone)
 - Erityispalvelut kuten lastenosasto, salonkivaunut, työskentelyhytit (auto, bussi, lentokone)



Miksi kuluttaja valitsee junan

- Juna on valinta, jos se tuntuu paremmalta kuin muut vaihtoehdot
- Kuluttajan valinta on aina mielikuva
 - Mielikuva on henkilökohtainen
 - Mielikuva vaihtelee elämänvaiheissa ja rooleissa
- Mielikuva on kokonaisuus
 - Hinta on vain yksi tekijä
 - Palvelun ominaisuuksien merkitys vaihtelee
 - Mielikuva syntyy suhteessa vaihtoehtoihin valintoihin
 - Mielikuva ei ole välttämättä totta



Viime aikojen haasteita junalle

- Onko juna enää luotettava?
 - Täsmällisyydestä on tullut vitsi, kesät talvet
- Lentämisestä tullut junaa halvempaa
 - Lentoliikenteessä on kilpailua, voittaja on asiakas
- Juna takkuilee asioissa, jotka kilpailijoilla itsestäänselvyyksiä
 - Lipunmyynnin ongelmat niin asemilla kuin netissä
 - Joustavaa hinnoittelua vasta opetellaan
 - Vikasietoisuuden ja ongelmien hallinnan puutteet
 - Asiakaspalveluasenteen puute organisaatiossa
 - Ei takuuta eli puutteellinen kuluttajansuoja



Viime aikojen edut junalla

- Junalla on edelleen ylivoimatekijänsä
 - Junalle ominaiset edut eivät ole poistuneet eivätkä poistu, vaikka juna on muissa asioissa menettänyt kilpailukykyä
- Junalla on vihreä imago
 - Ympäristöystävällisyyden arvostajille juna on edelleen ainoa ”hyväksyttävä” kulkutapa, eikä muutosta ole tulossakaan
- Junalle ei aina ole vaihtoehtoa
 - 3-4 tunnin matka-ajalla eivät auto, bussi eikä lentokone ole palveluna kilpailukykyiset junalle
 - Auto junassa -palvelulle ei ole kilpailevaa vaihtoehtoa
 - Yöjuna lähes vaihtoehdoton suhteessa lentoon tai hotelliin



Mutta riittääkö junan etujen voima?

- Junalla on edelleen ylivoimatekijänsä, mutta...
 - ...niistä ei makseta kohtuuttomasti enemmän
 - Jokin muu tekijä voi silti ratkaista junan tappioksi
 - Ehdottomat vaatimukset, esimerkiksi luotettavuus, eivät ole korvattavissa muilla laatutekijöillä
- Junalla on vihreä imago, mutta...
 - ...se ei ole kaikkien ratkaiseva valintaperuste
 - Vielä vihreämpää on jättää matkustamatta
- Junalle ei aina ole vaihtoehtoa, mutta...
 - ...matkustamiselle on, eli olla matkustamatta tai matkustaa muualle kuin minne mennään junalla



Tulevaisuuden kipupisteitä 1/2

- Hintakilpailu

- Raiteille tarvitaan ”halpajunayhtiöitä” tuomaan selkeitä vaihtoehtoja lentoliikenteen ja nyt myös bussiliikenteen tapaan
- Hinnoittelurakenteeseen leivottava auton polttoaineen hinnan kanssa kilpaileva hintaryhmä, kuten pari- tai perhelippu
- Käytettävä hyväksi junan ylivoimatekijät, kuten yön yli matkustaminen kunnan vuoteessa nukkuen

- Matkaketjut

- Kukaan ei ole matkalla asemalta toiselle
- Junaliikenteessä tarjottava rohkeita alliansseja perinteisten kilpailijoiden kanssa: kaupunkiliikenne, bussi, taksi, autovuokraus



Tulevaisuuden kipupisteitä 2/2

- **Palveluasenne**

- Lipun ostaja on ymmärrettävä asiakkaana, ei matkustajana
- Toiminnan lähtökohdan on oltava asiakkaan tarpeissa, ei omassa organisaatiossa
- Monopoli on perusteluistaan riippumatta lähes aina asiakaslähtöisyyden surma
- Yritysten kilpailu on kuluttajan ja asiakkaan etu, myös junaliikenteessä muualla Euroopassa

- **Matkatakuu**

- Myöhästymistä tai peruuntumista ei voi korvata myöhemmin, kuten viallisen tavaran vaihtaminen ehjään
- Takuun on toimittava heti puutteen korjaavana välittömänä palveluna



Kauko- ja paikallisliikenteen eri roolit

- Kauko- ja paikallisliikenteellä ristikkäiset intressit
 - Asiakkaiden tarpeet ovat erilaiset
 - Erilainen kalusto ja asemat
 - Eri nopeudet ja pysähtymisrytmit häiritsevät toisiaan ja syövät ratakapasiteettia
- Talouden, markkinoiden ja myynnin rakenteet täysin toisistaan poikkeavat
 - Kaukoliikenteessä edellytykset markkinaehtoiseen liiketoimintaan, mutta peruspalvelutaso edellyttää viranomaissääntelyä
 - Paikallisliikenne edellyttää subventiota ja soveltuu siten tilaaja–tuottaja -malliin, jossa omanlainen asiakaspalvelurakenne



Kiitos!