

ROMANIAN ASSOCIATION of PUBLIC TRANSPORT Bucharest, ROMANIA

**Marketing & Customer Relations
Cluster**

**Case study from ORADEA
- CUSTOMER FIDELITY -**

Why is it needed to obtain customer loyalty?

Marketing statistic shows that it is 5 times more expensive to attract a new client than to satisfy an existing one. More than that, sometimes it can be 16 times more expensive to bring a new client to the same profitability level as a former client was.

Therefore, to keep a client is more important than to attract another one. The key factor in keeping the fidelity of the clients is to keep them satisfied.

A loyal passenger will:

- stay as a customer on a long term;
- prefer to travel with the PT, instead with his own car;
- make a free good publicity for the PT operator, speaking with his friends, relatives, colleagues;
- will offer to the PT operator pertinent suggestions for improving the quality of the service;

From a pshichological viewpoint, between a loyal passenger and the PT operator there is a connection, based on trust.

How can be obtained a loyal customer



- offering comfortable and civilised conditions for traveling;
- giving respect to the passengers;
- asking for their opinion;
- taking into account their common sense suggestions;
- implementing the necessary measures, so that to obtain the passengers wishes (those one which can be applicable);
- to attract the passengers in the decision making process;
- offering other facilities (in stops and in vehicles).

The process of making the passengers faithful is a long one. It can take years to convince them that traveling with the PT is more economic, more safety, sometimes even quicker than with his own car. And definetly is more frendly with the environent.

What can it be done?



- to write and implement a 10 – 15 years strategy; for making the passengers faithful;
- in this strategy to be included annual marketing plans;
- to keep good relationship with the local authority;
- make lobby for PT; be sure that the local authority understood well that PT is for a city what the blood is for a body; it is vital.

What has it to contain?

A strategy for making the passenger faithful contains the following measures:

- **the passengers safety and security;**
- **the mobility from any point of the town;**
- **quality services (speed, confort, clean vehicles and stops, puctuality, information);**
- **environment protection;**
- **innovative technology implementation;**
- **accessibility for all social categories (including persons with dissabilities);**
- **a fare price policy;**
- **continuous development of the PT network;**
- **development of the company brand.**

Case study from Oradea

REGIA AUTONOMĂ ORADEA TRANSPORT LOCAL – RA OTL



Who is RA OTL?

RA OTL is one of the most important PT operator in Romania. It is located in the N-W part of the country. It transports 60.838 thousand passengers / year, being the sixth PTooperator in Romania.



The company was found in 1870. Today it has 660 employees, out of which 226 are drivers. The fleet contains:

- 116 trams which carry annually 37.760 thous. pass.
- 64 buses which carry annually 23.078 thous. pass.

Mr. Corneliu Lupău
Director General RA OTL



How was born the idea of making a customer survey

Before “2005 Mobility week” a counsellor from Local Public Authority – Mrs. Dorina MILICI had the good idea to make a survey through the citizens, with the theme: “How to move?”.

There were made 3000 folders and questionnaires for each type of travel: by feet, with the bicycle, and with the public transport (a total of 9000 questionnaire and 9000 folders)

The questionnaire for traveling by feet and with the bicycle were edited by counsellor Dorina MILICI. The questionnaire for traveling with the public transport was realized by Mrs. Elena Balog and Mr. Augustin Ciure, from Exploitation Department – RA OTL.

Mrs. Elena Balog
Head of Exploitation Dept. RA OTL



Pedestrian survey

The whole activity was funded by the Municipality. It reached the amount of 1550 €, for posters, folders and the questionnaires.

The folder for walking had the aim to awareness the citizens that it is healthy, the most unpolluted way to travel, and the most economic.



CHESTIONAR PENTRU PIETONI

1. Ce vârstă aveți ?
sub 18 ani
intre 19 60 ani
peste 60 ani
2. În ce domeniu vă desfașurați activitatea / ce ocupație aveți ?
elev, student
productie industrială
servicii
agricultura
bugetar (invatamant, sanatate, administratie)
casnica, somer
pensionar
3. Cat de frecvent mergeti pe jos?
niciodata
rar
frecvent
merg doar pe jos
4. In ce scop mergeti pe jos?
la serviciu/ la scoala
la cumparaturi
la plimbare
5. Ati dori sa se extinda zonele pietonale din oras?
DA NU Unde?
.....
.....
6. Sunteti multumiti de parcurile / locurile de joaca existente in oras?
.....
.....
7. Ce propuneri aveti pentru a extinde zonele de relaxare din oras, respectiv pentru cresterea atractivitatii zonelor pietonale?
.....
.....

Chestionarul complectat va rugam sa-l depuneti in urna din holul Primariei municipiului Oradea, pana in 23.09.2005

Va multumim!



The folder for bicyclers highlighted the following facts:

- it is appropriate for medium distances;
- an economic way to travel;
- unpolluted means of transport;
- it is healthy;
- benefic for traffic (reduce the congestion), the no. of accidents

CHESTIONAR PENTRU BICICLISTI

1. Ce varsta aveti ?
 sub 18 ani
 intre 19 60 ani
 peste 60 ani
2. In ce domeniu va desfasurati activitatea/ ce ocupatie aveti ?
 elev, student
 productie industrială
 servicii
 agricultura
 bugetar (invatamant, sanatate, administratie)
 casnica, somer
 pensionar
3. Cat de frecvent folositi bicicleta pentru a va deplasa in oras?
 niciodata
 rar
 frecvent
 folosesc doar bicicleta
 De ce?.....
4. Sunteti multumiti de pistele de biciclete existente in oras?
 DA NU De ce?

5. Pe ce strazi ati dori sa se mai amenajeze piste pentru biciclete?

6. Ce propuneri aveti pentru a face mai atractiv mersul cu bicicleta in Oradea?

Chestionarul completat va rugam sa-l depuneti in urna din holul Primariei municipiului Oradea, pana in 23.09.2005

Va multumim!

The folder for citizens highlighted the following facts:

- it is more economical than using the own car,
- less polluted means of transport than the cars which transport the same number of people,
- benefic for the trafic flow, prevent the congestion,
- it is more safety (the no. of the injured persons are much more fewer),
- it maintain for a longer period the quality of the road,
- the consumption of the fuel is much more less also.



This questionnaire was addressed to the frequent users of PT. The activity was aimed to make the clients more faithful. The papers were distributed through the kiosks where are sold the PT tickets. Besides, only the frequent passengers could give appropriate suggestions.

The questions had pre-established answers, so the time taken to answer, to be as short as possible.

The answers were mostly with common sense: i.e. In stations to be posted the timetables. But there were also some answers which indicated a lack of knowledge, even intelligence.

SONDAJ DE OPINIE

Scopul sondajului de opinie: aflarea percepției actuale a transportului în comun de către locuitorii municipiului Oradea, a nemulțumirilor acestora vis-a-vis de această activitate și a propunerilor de îmbunătățire.

Numele _____ Prenumele _____ vârsta _____ ani,
Sexul: B sau F ocupația _____

1. Dacă circulați cu mijloacele de transport în comun din municipiul Oradea?
Raspuns: da nu
2. Dacă utilizați transportul în comun, ce mijloace de transport folosiți?
Raspuns: tramvai autobuz ambele
3. Câte calatorii simple (dus sau întors) efectuați în medie lunar cu mijloacele de transport în comun?
Raspuns: până la 15 calatorii pana la 30 calatorii peste 30 calatorii
4. Cum apreciați ca a evoluat calitatea transportului în comun din Oradea în ultimii 5 ani?
Raspuns: a crescut a ramas la fel a scazut
5. Dacă sunteți mulțumit sau nu de programele de circulație?
Raspuns: da nu
Dacă raspunsul a fost negativ va rugăm să prezentați care programe de circulație va nemulțumesc și propunerile de îmbunătățire a acestora: _____
6. Dacă sunteți mulțumit sau nu de distribuția de bilete și abonamente?
Raspuns: da nu
Dacă raspunsul a fost negativ va rugăm să prezentați ce anume va nemulțumește și propunerile de îmbunătățire pe care le aveți: _____
7. Dacă aveți sau nu propuneri de extindere a rețelei de transport în comun?
Raspuns: da nu
Dacă raspunsul a fost afirmativ va rugăm să prezentați propunerea (propunerile) d-voastră: _____
8. Cum apreciați dotarea stațiilor de așteptare din rețeaua de transport în comun din Oradea?
Raspuns: foarte buna mulțumitoare necorespunzatoare
Dacă aveți propuneri pentru dotarea stațiilor de așteptare, va rugăm să le prezentați: _____
9. Cum apreciați starea de curățenie a stațiilor de așteptare și a mijloacelor de transport în comun?
Raspuns: foarte buna mulțumitoare necorespunzatoare
10. Cum apreciați activitatea din acest an a controlorilor de bilete?
Raspuns: foarte buna mulțumitoare necorespunzatoare

Va mulțumim pentru completarea acestui sondaj de opinie și va rugăm să-l depuneți în holul Primăriei municipiului Oradea până în 23.09.2005

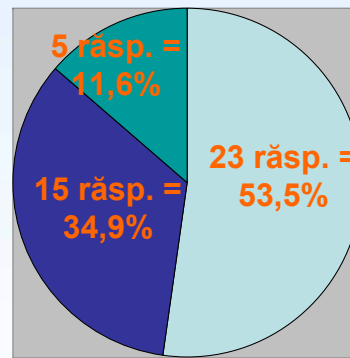
Sondaj de opinie realizat de Primăria Municipiului Oradea și Regia Autonomă de Transport Public Oradea

Gathered the answers

The Municipality collected all the answers and then they were transmitted to the PT operator. The Exploitation Department of RA OTL made a list of answers for each question. It was a table like the one on the right of this page. There were also questions for which the answers could be put in a chart like the one hereinafter. For instance the question no. 4 “How do you appreciate the evolution of the PT quality”. There were 3 pre-established answer: increased, the same, decreased.

4. Cum apreciați că a evoluat calitatea transportului în comun în Oradea în ultimii 5 ani?

- a crescut: 53,5%;
- a rămas la fel: 34,9%;
- a scăzut: 11,6%.



Propuneri	Răspuns RA OTL
Să funcționeze semaforul din stația Muntele Găina, mai ales că este și o școală acolo;	Suntem primii interesați, dat fiind blocajul liniei 12 la ieșirea din strada M. Găina, care împiedică respectarea graficelor de circulație.
Tapițarea scaunelor pentru iarnă, sistem GPS care să indice timpul rămas până la sosirea mijl.de transp	Și dorința regiei este de a implementa sistemul GPS de urmărire – dirijare a circulației mijloacelor de transport. Totul depinde de finanțare

Part of the table for question 8:

The first column is for the suggestions which came from respondees, and in the second one is the most adequate answer given by RA OTL

Conclusion and marketing plan for making the user of the PT, more faithful

Marketing plan

The Management board analysed the sinter of the answers and completed the existing “Measurement plan”.

Measure	Period
✓ Improvement of a 90% of the tram line infrastructure, out of which – 50% new ones - 50% rehabilitations	2003 – 2006 2005 – 2008
✓ Modernisation of the stations	2005 – 2006
✓ Implementation of the GPS system	2005 – 2010
✓ Mounting of lighten panel for passengers information	2005 – 2007
✓ Aquisition of second-hand trams, which has to be in good conditions, equiped with choppers	2006 – 2007
✓ Extention of the public transport to the whole metropolitan area of Oradea (7 sub-urban localities)	2007 – 2013
✓ Rehabilitation of the contact wire	2006 – 2008

Press release after the survey

RA OTL își chestionează clienții

■ Rezultatele sondajului de opinie vor fi folosite la îmbunătățirea serviciilor.

PENGO ZOLTAN
zoltan.pengo@informmedia.ro

Oradea - Regia Autonomă Oradea Transport Local (RA OTL) a distribuit ieri 3.000 de pliante și chestionare prin chioșcuri, în cadrul unei acțiuni înscrise în calendarul „Săptămânii europene a mobilității”. Pliantul, care a fost editat pe banii Primăriei, conține o hartă cu traseele liniilor de transport public în

comun din reședința de județ și informații referitoare la OTL. Chestionarul este compus din zece întrebări, vizând percepția călătorilor asupra

„Pentru prima oară am organizat un asemenea sondaj de opinie.

ELENA BALOG

diverselor aspecte ale serviciilor oferite de regia autonomă (programele de circulație, distribuția de bilete și abonamente, dotarea stațiilor de așteptare, starea de

curățenie din stații și din mijloacele de transport, activitatea controlorilor de bilete).

Primul sondaj

Conform spuselor șefei Biroului Exploatare Comercial al OTL, Elena Balog, conducerea regiei a elaborat chestionarul din dorința de a afla părerea publicului călător în vederea îmbunătățirii serviciilor. Chestionarul are și o rubrică unde subiecții pot consemna sugestii privind ridicarea nivelului calitativ al serviciilor de care nu sunt mulțumite.



Poftiți la pliante și chestionare!
(Foto: Gabriel Popa)

„Pentru prima oară am organizat un asemenea sondaj de opinie”, afirmă Elena Balog. Călătorii sunt rugați să depună chestionarele în urna așezată în holul Primăriei, până în data de 23 septembrie.

Realitatea bihoreană on 26th Sept. 2005 made a general presentation about the motives to launch such a survey, the aim of the activity (to test the opinion of the customers), and upon implementation of the appropriate measures to gain the satisfaction of the passengers so that in the future they will be faithful. Then in another issue of the newspaper, on 18th Oct. The editor presented the conclusions of the survey and the marketing plan.

Jurnalul bihorean on 20th Sept. 2005 informed the citizens about the distribution of about 3000 questionnaires and the same number of folders, dedicated to PT users.

Chestionare pentru îmbunătățirea serviciilor

Chestionarele prin care RA OTL a încercat să afle opinia orădenilor despre transportul public în comun au putut fi completate și depuse până la sfârșitul săptămânii trecute. Cele 3.000 de pliante și chestionare au fost editate în cadrul unei acțiuni care s-a înscris în programul elaborat de municipalitate pentru “Săptămâna europeană a mobilității”.

Chestionarele au fost distribuite prin chioșcuri și au putut fi depuse în urna amplasată în holul Primăriei, până la sfârșitul săptămânii trecute. Au fost împărțite câte un pliant cu informații referitoare la RA OTL și un chestionar

cu 10 întrebări.

Călătorii au fost rugați să își spună părerea cu privire la serviciile regiei, fiind întrebați, printre altele, despre programul de circulație a tramvaielor și autobuzelor, curățenia din mijloacele de transport în comun, dar și despre activitatea controlorilor de bilete.

Cei chestionați au avut la dispoziție și o rubrică în care puteau da sugestii conducerii regiei în legătură cu serviciile de care nu sunt mulțumiți. Conducerea regiei promise să țină cont de cele scrise în chestionare, pentru a îmbunătăți serviciile oferite.

■ M.M.

Timetable for the whole activity

- beginning of Sept. 2005** – An amount of unused fund, determined the Counsellor Milici

from the Municipality to initiate this survey, during the “2005 Mobility week”.
- 16 – 22 Sept. 2005** - there were distributed through the kiosks the 3000 folders and 3000 questionnaires
- 17 – 23 Sept. 2005** - Collect the answers.
- 24 – 30 Sept. 2005** - The Municipality read the answers (with the reason to be informed) and then it transmits these answers to RAOTL.
- 24 Sept. – 15 Oct. 2005** - Local press insists to receive the answers.
- 1 – 15 Oct. 2005** - RA OTL centralizes the answers.
- 18 Oct. 2005** - The newspaper “Realitatea bihoreană” publish an article about the answers given by the respondee.
- Oct – Nov. 2005** - There were analized the answers, made the conclusions, and

put the possible implementation measures in a list of priorities. It was changed the initial Marketing Plan
- Jan. – March 2006** - The Municipality is preoccupied to obtain fund necessary to implement the measures



Case study from ORADEA - CUSTOMER FIDELITY -

Viorica SARMAN
Chief editor and Marketing

**ROMANIAN ASSOCIATION
OF PUBLIC TRANSPORT**
viorica.sarman@urtp.ro

Thank you for your attention!