



Individueel onderzoek Touchpoint



Rashad Sahangoe Khan
S1110078 Locomotief

Het bestellen

Het tweede touchpoint van onze customer journey, is het bestellen van zijn/haar kaartje. Voordat de gebruiker gebruik kan maken van het OV, moet er wel een kaart worden besteld. Dit kan gemakkelijk online of op een automaat op het perron. Met deze onderzoek wil ik beter begrijpen hoe de reizigers zich voelen tijdens het bestellen en hierdoor de knelpunten hopen te ontdekken.

Observe

De eerste stap voor het onderzoek, is het observeren hoe reizigers gebruik maken van de automaat op het perron en de website. Er zijn veel gemixte reacties hiervoor. Het aanvragen via de website hebben veel reizigers problemen mee, omdat het onduidelijk was, vooral voor het aanvragen van een studenten OV. Reizigers die de automaat gebruikte, waren van mening dat het makkelijk en snel ging.

Engage

We hebben een survey gecreëerd om te achterhalen hoe reizigers dit ervaren. Hierbij waren de antwoorden heel erg verschillend. Voor sommige reizigers was dit gedaan door iemand anders, en voor de meeste mensen ging het wat moeilijker. Antwoorden van deze reizigers zijn namelijk:

“Invullen website was onduidelijk.”

“Was moeilijk en ingewikkeld. ”

“Het is best ingewikkeld om deze aan te vragen met studenten ov. Maar als je het eenmaal vindt werkt het prima en krijg je de kaart snel binnen. ”

“Ging gemakkelijk en snel. ”

“Ik kan het me niet meer herinneren. Ik vond het abonnement toevoegen wel middelmatig. Het apparaat waar ik dit moest activeren was verwarrend gezien de interface en ik was wel 10 minuten bezig met iets wat maar 2 minuten had hoeven te duren. Ook gaat het abonnement pas aan het begin van de maand in. ”

Immerse

Om er zelf achter te komen hoe dit te werk gaat, heb ik zelf via de website geprobeerd om een kaart te bestellen. Er is redelijk veel informatie en opties gegeven over het bestellen van een abonnement, hierdoor was het verwarrend wat je precies moest kiezen. Wanneer je wist waar je zijn moest, was het uiteindelijk wel goed gelukt.

Hierdoor kan ik het begrijpen dat veel reizigers problemen hiermee hebben.

Dit heb ik ook geprobeerd bij een automaat, en hierbij was het een veel snellere ervaring. De interface is simpel, want het heeft alleen de nodige elementen. Hierdoor waren er geen problemen met het gebruik ervan.

The screenshot shows the HTM website interface. On the left, there is a dropdown menu for selecting a region (Geldigheid abonnement). The selected region is 'Zuid-Holland'. Below this, there are several options for different ticket types, each with a 'Bestellen' button and a 'Meer info' link. The options include:

- Arriva Arriva Gratis OV-dagen DAV (Dordrecht, Ablasserwaard, ...)
- HTM 1 dag (Den Haag, Randstadrail) € 6,50 Eenmalig
- RET 1 dag (Rotterdam) € 8 Eenmalig
- HTM 3 dagen (Den Haag, Randstadrail) € 16,50 Eenmalig
- HTM HTM Alles Kids Groepsretour (Den Haag, Randstadrail) € 25 Eenmalig