在公共運輸為有特別需要乘客營造關愛體驗

鍾大為

背景

中國廣東省大灣區其中一家主要公共運輸公司。

挑戰

自2019年冠狀病毒病大流行爆發以來，大量市民留家工作，公共交通乘客量因此急劇下跌。運輸營運商決定打造差異化的乘客體驗以改善業務。

計劃目標

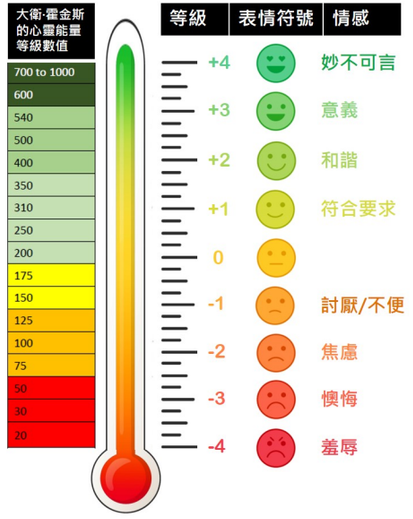
- 發掘乘客未滿足、隱藏和潛在的需要。
- 界定乘客的重要痛點。
- 研發數碼化的關愛服務。
- 制訂執行藍圖及列明預期效益。

發掘 (Discover)

公司管理層就有特別需要乘客進行桌面研究後，決定把焦點集中於孕婦和環保人士。

小組除了實地觀察，也以同理心專訪了直接持份者（如乘客）和間接持份者（如前線客戶服務員工和司機）。

項目團隊以創峰的定性研究工具「人類情感量度系統」來分析乘客需要背後的情感和感受。



創峰的「人類情感量度系統」

確定 (Define)

團隊分析了超過100組資料，同時在乘客旅程的7個主要階段大中 (包括：步在車站、非繳費範圍和已繳費範圍、購票、候車、車廂內，以及出站)，辨識出孕婦乘客的24個痛點與環保人士的15個痛點；並設定了兩個主要的人物誌。

人物：孕婦

主要痛點	情感
部份乘客未察覺到她們懷有身孕，直斥佔用禮讓座，並要求她們離開座位。	**羞辱**
閘口太窄，頗為危險。	**驚慌**
客戶服務中心設計帶來不便，因為孕婦的肚子會與櫃檯碰撞。	**不舒服**
車上沒有足夠扶手提供支持。	**擔心**

人物：環保人士

主要痛點	情感
海報以紙張製造。	**厭惡**
扶手電梯於非繁忙時間運作。	鬱悶
車票增值後提供紙本發票。	**失望**
車站內燈光過份明亮。	**不喜歡**

發展 (Develop)

團隊邀請了不同部門的員工進行腦力震盪和制訂可行方案：

孕婦

- 加闊閘口（由手機程式提供推送通知）。
- 無障礙洗手間。
- 專屬車廂。
- 備RFID標籤的徽章。

環保人士

- 印刷品以環保墨水和紙張製作。
- 透過手機用程式或電子通告板提供資料。
- 於非繁忙時間暫定開動不必要的扶手電梯。
- 以物聯網科技按需要運行電動設施。

團隊為各項新點子排列優次，並分為五大類：情感影響、可行性、原創性、成本效益、企業社會責任。

交付 (Deliver)

項目團隊以按序實施方案進行評估及預測乘客體驗的情感影響如下。

	孕婦	環保人士
實施前	-1.7	-1.4
實施後	+2.1	+1.2
乘客體驗提升	64%	52%

特此鳴謝創峰顧問創辦人鍾大為先生分享他的專業知識和經驗，衷心感謝他的寶貴貢獻。