

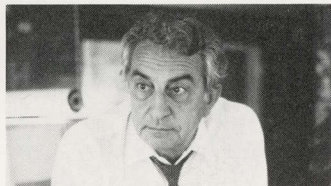
# Inblick

ARG 1, NR 4 FÖRETAGSTIDNING FÖR ANSTÄLLDA INOM SJ RESEBYRÅ. SEPTEMBER 1986

*En resa till medeltiden och*

## **JEMEN**

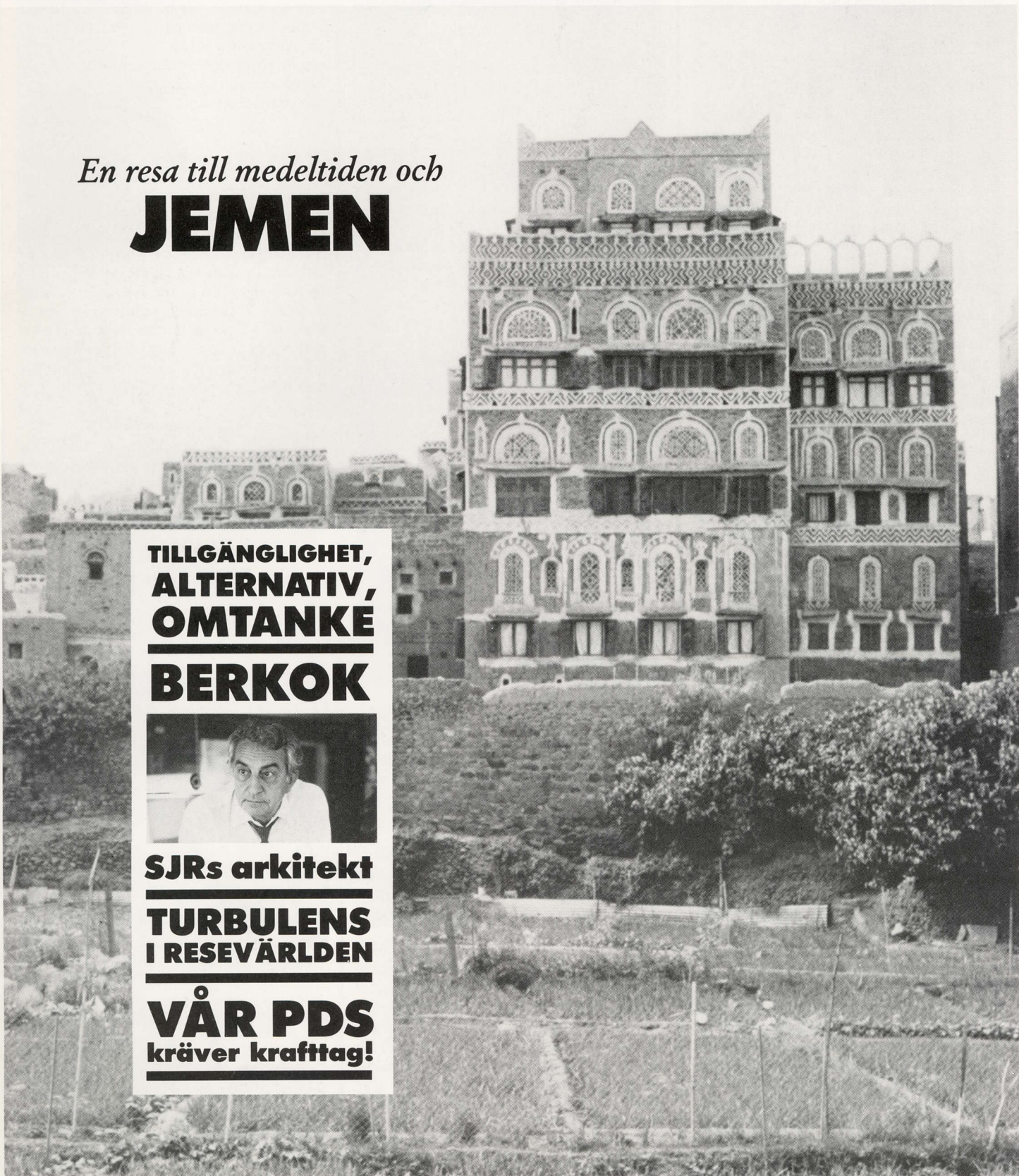
**TILLGÄNGLIGHET,  
ALTERNATIV,  
OMTANKE  
BERKOK**



**SJR:s arkitekt**

**TURBULENS  
I RESEVÄRLDEN**

**VÅR PDS  
kräver krafttag!**



# ÅRSTIDEN SOM GER NYA PERSPEKTIV

VÄLKOMMEN tillbaka efter sommaren. Jag hoppas att du har haft en riktigt skön semester och fått njuta av mycket frisk luft och vackert väder.

Personligen sätter jag stort värde på sommaren därför att det ger extra tid till efter-



CLAES LÖFGREN

**Erik Nilsson vill betona individens betydelse inom SJR.**

tanke. Både när det gäller vårt arbete och annat.

Man kommer fram till lösningar på problem som man gått och funderat över. Man får nya idéer, som man längtar efter att få omsätta i praktiken så fort det börjar bli höst.

## Glöm inte att tänka till före den 13 oktober!

Den 13 oktober kommer att vara "STORA DAGEN D" för alla inom SJR. Senast denna dag kommer samtliga inom hela kedjan att börja med det kvalitetsförbättringsarbete som vi diskuterat i Söderköping. Det kommer att skickas ut en broschyr med idéer, tankar och idélappar. Det är meningen att alla ska tänka till och skicka in idélapparna med åsikter och idéer så att vi får en stor idébank att börja jobba med.

"Om du har en idé och jag har en idé och vi arbetar ihop så får vi två idéer var."

Vi som är verksamma inom resebranschen upplever nog särskilt starkt att vi lever i en snabbt föränderlig värld. En värld som ställer nya krav på oss i arbetslivet.

## Oemotståndlig kraft

Vi på SJR vill mer än någonsin även betona hur viktig individen är i sin roll inom SJR. En individ har stor genomslagskraft. Denna kraft blir, som vi vet, oemotståndlig om vi alla inom SJR arbetar tillsammans och mot samma mål, för kundens bästa!

Här på SJ Resebyrå har vi dessutom ansvaret att slå vakt om vår ledande position på marknaden.

Ja, helst måste vi naturligtvis stärka vårt

försprång. Våra konkurrenter gör ju allt för att komma ikapp oss.

När du läser detta har affärsreseseminarierna i Söderköping avslutats.

Vi är redan på god väg att bli bättre.

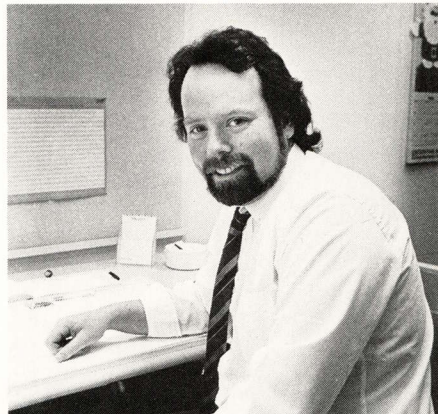
Jag önskar dig en bra arbetsäsong!

ERIK NILSSON  
MARKNADSCHEF

**"Vi är redan på god väg att bli bättre."**

"DET HAR hänt en del på privatresesidan under den senaste tiden. Vi har inte lika stort utbud av reseleverantörer längre", säger Johan Ekengren, chef för Privatresor.

Atlas har beslutat att liksom Vingresor själva stå för all försäljning av sina resor via egna försäljningskontor och man tror på detta sätt att man ska kunna sälja sina resor billigare. Detta har inneburit att man från SJRs sida har agerat tufft mot Atlas och kraftigt skurit ner försäljningen av Atlas-



**"Det har hänt en del på privatresesidan", berättar Johan Ekengren.**

resor. Nu satsar man istället mer på Fritidsresor och Royal Tours.

"Det är klart att man helst vill undvika att sälja Atlas nu, dessutom får vi inte sälja deras resor efter den 1 januari 1987".

## SpainTours — ny ägare

En annan förändring på privatresesidan är att SpainTours har bytt ägare. Delägaren Spantax har gått ur och ersatts av ett antal privatpersoner i Sverige som gett SpainTours namnet Solresor/SpainTours.

Målgruppen har man satt ut till att vara resenärer i Mälardalen och Norrlandskusten. Dessa ska "servas" med sex Resespecialistkontor och fyra privata resebyråer utmed Norrlandskusten. Mälardalen kommer att "servas" med 020-nummer. "Vi får sälja SpainTours resor till och med sommarprogrammet 1986, sedan är det slut med det. Fritidsresor har sagt att de kommer att agera mot de Resespecialistkontor som har ingått avtal med Solresor/SpainTours. Vad detta innebär vet jag ännu inte.

Det är mycket tufft att som privatperson ge sig in i den här branschen", menar Johan Ekengren.

Resultatet av de båda bortfallen blir att man inom SJR måste satsa mer på kunskapsökningen av Fritidsresor och RoyalTours som nu kommer att bli de reseföretag man lägger sina resurser på. "Resebyråcheferna får aldrig tveka till att skicka sina säljare på seminarium och studieresor för att öka kunskaperna och färdigheterna. Utnyttja alla chanser att utbilda SJRs personal!"

JOHAN EKENGREN

"JAG VILL börja med att tacka för det fina förtroende och den fina samarbetsstämning som vi skapade på affärsreseseminariet i Söderköping. Jag är imponerad av det stora intresse, fina tankar och idéer som presenterades under veckorna i Söderköping. Hoppas att alla känner att detta kommer att ligga till grund nu inför "arbets-hösten". Vi betonade handling och det är med stor glädje jag hör att ett antal resebyråer redan är i full gång med förändringsarbetet direkt efter hemkomsten från Söderköping."

## Idéer och åsikter

"Jag skulle vilja ha åsikter om "Walking Rally" och om vi vill ha detta som en årlig hjälp till problemlösningar.

Hör av er om detta, använd gärna Anslagstavlan i Inblick!

Idéer som rör våra utbildningar vill jag gärna att ni skickar till mig för beaktande.

Vi kommer att tillsätta en projektgrupp med anställda från resebyråer och HK-folk som ska se till att göra våra utbildningar så effektiva och väl anpassade som möjligt. Tänk på att det är ett bra tillfälle att tala



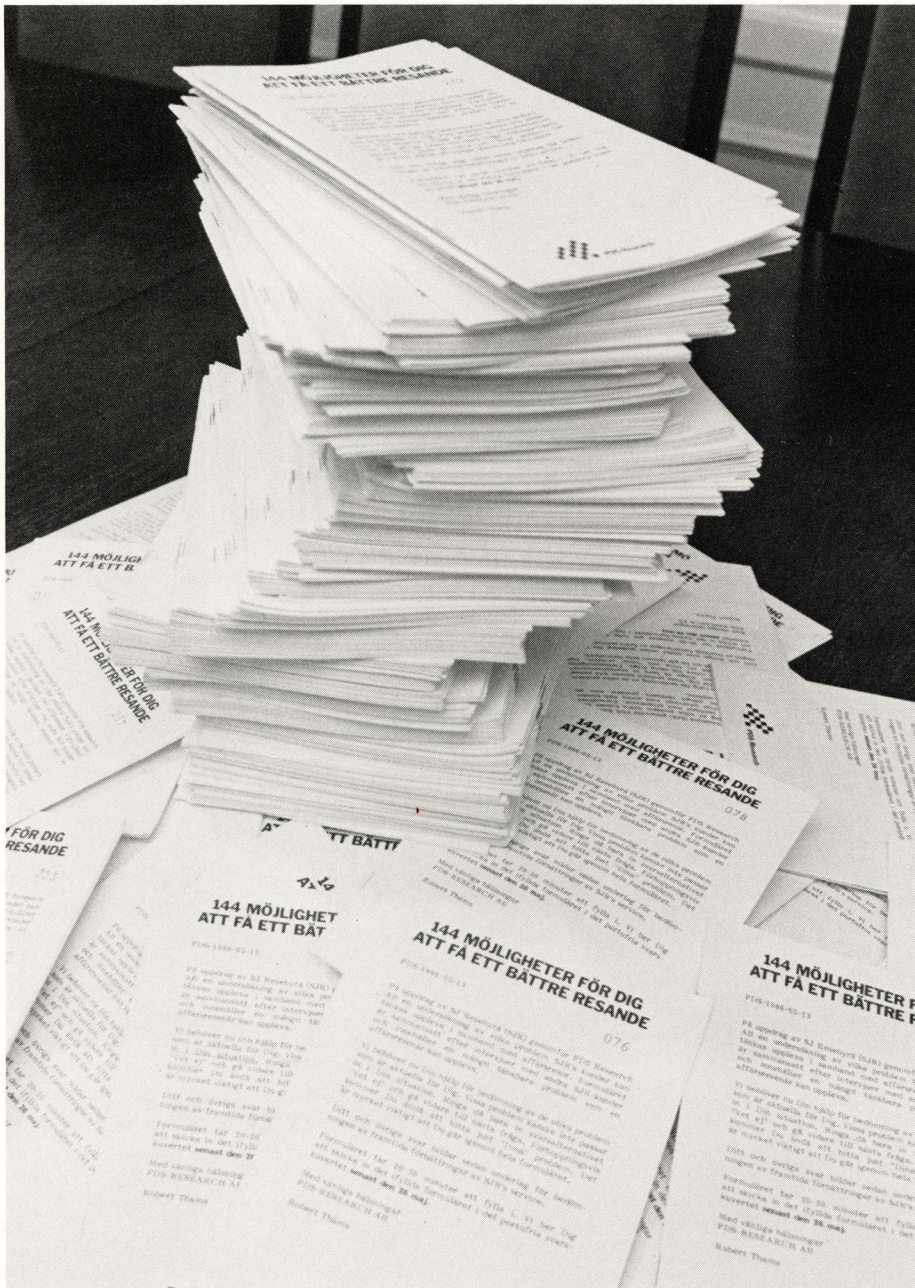
**"Seminarier i Söderköping var en fin start på arbetshösten", tycker Fredrich Dahlman.**

om vad du tycker och tänker och vad du har på förslag."

"Jag skulle vilja avsluta med ett citat av Oscar Wilde. 'Alla ligger i rännstven men somliga blickar mot stjärnorna.' Vi ska tillsammans hitta framgångsrika möjligheter vilket betyder att vi blir ytterligare flera 'snäpp' bättre än våra konkurrenter."

FREDRICH DAHLMAN

# "PDS-en": VÅR STÖRSTA CHANS



**PDS, Problem Detection Study, en ny undersökningsmetod för att lösa kundens största problem. Det är ett omfattande frågeformulär som SJRs affärsresekunder har fått svara på.**

**R**ESEBYRÅBRANSCHEN förändras snabbt. Kanske fortare än någon annan bransch. Vår överlevnad och vårt välmående hänger på att kunna identifiera och lösa problem. Det gäller att vara lyhörd för kundernas krav och önskemål.

Fast det är inte alltid så lätt. Man vet inte alltid exakt vad kunderna upplever som problem. Trevar man i blindo, är det omöjligt att åtgärda något. Under våren genomförde därför SJR en sk PDS-undersökning (Problem Detection Study). Ett frågefor-

mulär gick ut till 1 000 utvalda affärsresekunder. I enkäten fick de ta ställning till en mängd frågor. Allt för att kunna lokalisera vad de kräver av oss, uppfattar som besvärligt och så vidare.

## Stor undersökning

Metoden bakom denna undersökning är amerikansk och har visat sig tillförlitlig. I Norge gjorde Rank Xerox en lika brett upplagd undersökning inom sitt verksam-

hetsområde. Undersökningen var en av de faktorer som hjälpte dem att på ett år vända ett förlustresultat till en vinst på 38 miljoner.

"PDS-undersökningen som sådan gör inte underverk", poängterar Fredrich Dahlman, undersökningens initiativtagare och försäljningsansvarig på SJR Affärsresor. "Det är företagets och personalens förmåga att ta tillvara resultatet som är viktigt".

Det är alltså uppföljningen av undersökningsresultaten som är nyckeln till framgång. Finns viljan att angripa de problemområden som kunderna hjälpt till att identifiera är steget till succé taget. Om pappren stoppas ner i byrålådan med konstaterandet att "det där visste vi redan" eller "det där går inte att göra något åt" kan syftet aldrig nås.

## Uppföljningen viktig

Information om undersökningsresultaten har redan lämnats. I månadsskiftet augusti—september arrangerades sammanlagt tre interna seminarier för 300 resebyråchefer, säljare m m. Vad som nu återstår är att åtgärda det som undersökningen pekat på.

"Det här är ett enastående tillfälle att påverka företagets framtida arbetssätt och konkurrensläge" menar Fredrich Dahlman. "Den chansen ska vi absolut inte förlora!"

Resultatet av PDS-en är dokumenterat i en diger lunta. Kundernas svar har brutits ner på byrånivå. Därmed är det möjligt att se vad kunderna på de olika byråerna upplever som de största problemen. Resultatet är med andra ord ett utmärkt instrument för att "ta tag" i sin verksamhet.

Den ska ligga som underlag för finslipningar och putsningar där det behövs. För att dra en parallell med idrotten så innebär det inte att det ska springas fortare. Där emot ska vi springa "smartare". Ofta kan detta ske med både enkla och billiga medel.

## Spring smartare

För att arbetet med PDS-resultatet ska bli fruktbart så kommer resebyråerna att arbeta med sk kvalitetscirklar. De får befogenhet att lokalt lösa alla problem inom ramen för den egna budgeten. En rapportör utses för att hålla kontakt med huvudkontoret. Inte för att övervaka och kontrollera, utan för att stimulera spridningen av nya idéer mellan byråerna.

"Löser vi branschproblemen bättre än våra konkurrenter så kommer vår konkurrenskraft att förbättras avsevärt", menar Fredrich Dahlman vidare.

Själva undersökningen har kostat ungefär en kvarts miljon att genomföra. Men de riktigt stora kostnaderna ligger i uppföljningen. Det är ändå ett lågt pris för att strömlinjeforma verksamheten. Det är en investering i framtiden.

"Jag hoppas att vi ska kunna komma igen med en ny PDS om några år och mäta förbättringar", säger Fredrich Dahlman.

"Målet sätter igång beteendet. Uthålligheten skapar succén."

"Jag är övertygad om att vi tillsammans snart får en reaktion från nöjdare kunder och ett trivsammare arbetsklimate. Det gäller att ta tag i detta så länge vi har möjlighet", avslutar Fredrich Dahlman.

PER ERIKSSON

Skellefteå:

# TURBULENS I RESEVÄRLDEN



Nästan hela laget på SJ Resebyrå i Skellefteå — laget som har flyttat in i nya fräscha lokaler och hävdar sig bra i den hårda konkurrensen. Fr v Lars Johansson, Anette Westerberg, Kjell Widman, Christer Larsson, Gösta Enmark, Ulf Dahlberg, Åsa Dahlgren och Gunilla Broman.

*Det händer en del i resebyråvärlden i Skellefteå. De anställda på Resespecialisterna sa upp sig, SJR tog chansen, skapade en annons för att kapa åt sig nya marknadsandelar. Nu har Resespecialisternas anställda, efter förändringar inom företaget bestämt sig för att stanna kvar. Det kan man kalla turbulens och en föränderlig bransch.*

DET SVÄNGER inom resebyråbranschen i Skellefteå. SJ Resebyrå satsar offensivt, personalen på Resespecialisterna har sagt upp sig, Vingresor har öppnat ny byrå.

I nya fräscha lokaler på Kanalgränd sitter en före detta journalist och planerar nya drag. Ulf Dahlberg, resebyråchef och marknadsförare vid SJ Resebyrå.

”Turbulensen och oron i branschen är inte till någon nackdel för oss på SJ Resebyrå”, säger Ulf Dahlberg.

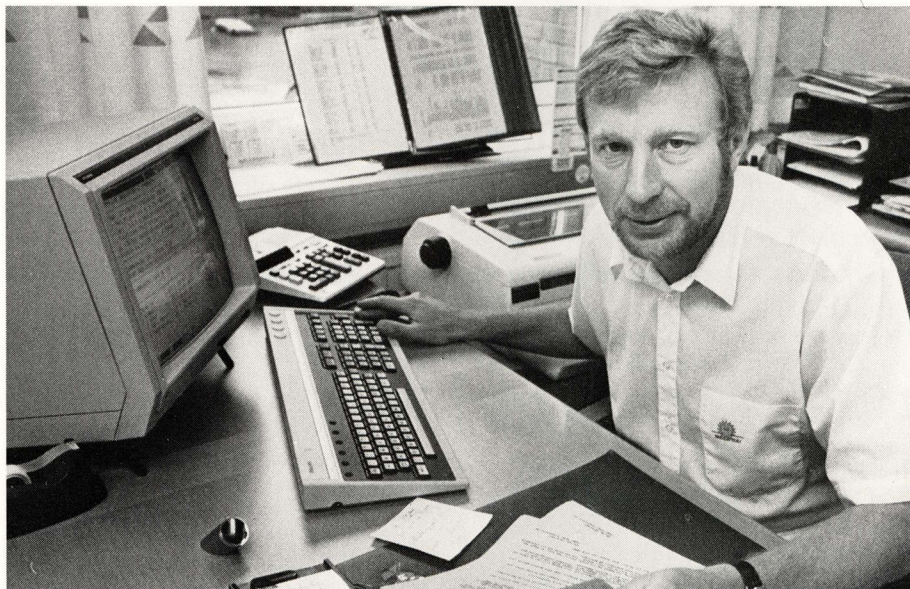
Efter 17 år som journalist tog Ulf Dahlberg steget över till resebyråbranschen. Efter drygt två år som chef är han slipad —

han vet vad han ska säga till journalister och kunder.

”Nej, jag har aldrig ångrat mig. Det har gått bra. Vem som helst skulle klara av mitt

jobb med den personal som finns här på resebyrå”, hävdar han. ”Den är fantastisk.”

Sedan SJ Resebyrå 1982 etablerade sig i Skellefteå har utvecklingen varit positiv.



För Ulf Dahlberg, chef för SJ Resebyrå i Skellefteå, är service och kvalitet honnörsord.

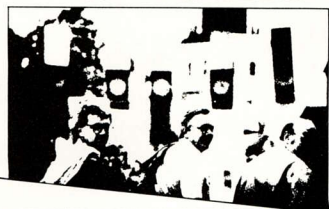
# Norra Västerbotten

Trevlig sommar!

Frisinnad  
lästidning  
**Tisdag**  
29 juli 1986  
Nr 172 Årsång 76  
Prenumerationspris 2000  
Tel 0910 / 1 90 90

## ALLA ANSTÄLLDA SÄGER UPP SIG

— och startar ny  
resebyrå i egen regi



Den 30 juni handte det saker på Resespecialisterna i Skellefteå.

Da sade 17 personer upp sig för att hela personalstyrkan.

Vi hade fått löfte om att köpa in oss, men den nya ägaren nobbade. Dessutom är centraliseringen till Stockholm besvärande, säger regionchefen Rolf Hakansson.

I stället ska samtliga från Resespecialisterna starta en egen resebyrå med starkt lokalt profitt.

Men Resespecialisterna dör inför det.

Jag jobbar för att ordna nytt folk. I fortsättningen ska 8-9 personer sköta lokalkontoret i stället för tidigare 17, säger Resespecialisternas VD Lenart Henriksson.

Sidan 2

12

Norra Västerbotten

Onsdag den 20 augusti 1986

Alla 17 sade upp sig för att öppna eget!

## Samtliga stannar efter garantier om bättring



Den 29 juli i år berättade NV att samtliga 17 anställda på Resespecialisterna i Skellefteå sagt upp sig för att öppna eget.

Men nu har alla tagit tillbaka sina avskedsansökningar!

Var det bara ett tomt hot, resebyråchef Rune Johansson?

Nej! Vi hade för avsikt att starta eget och det var verkligen seriöst, men efter förhandlingar tog vi tillbaka avskedsansökningarna.

Bakgrunden till att alla anställda sa upp sig var att den nya ägaren inte godkände att personalen skulle få köpa in sig i företaget. Centraliseringen till Stockholm var också besvärande.

Nu har vi fått utfästelser som gör att vi tror att problemen kommer att lösas på sikt. Vi räknar med att Resespecialisterna ska komma på fötter igen, påpekar Rune Johansson.

**Punkterna**  
Så här kommenterar han de olika utfästelserna:

**Köpa in sig i företaget:**  
— Det kommer att ske i någon form så småningom. Det kan bli vinstutdelning eller konvertiva skuldebrev. Konturerna är inte färdiga och a i a. inom koncernen kommer att beröras. De vill ha allting strukturerat så det är lika överallt. Vid årsskiftet ska det finnas ett förslag.

**Centraliseringen:**  
— Det kommer att bli en viss decentralisering. Till exempel det ingen utlokalisering av funktioner, till exempel ekonomidelen. Tidigare hade vi 15 personer på en ekonomistavling, men den har centraliserats till Stockholm. Vi står inför fullbordat faktum, det vore inte vettigt att slå sönder den ekonomistavlingen som finns nu.

**Samarbetsvillighet:**  
— Vi har haft problem i samarbetet med den centrala ekonomidelen och det har skurit sig. Det gäller dock inte i person ut-

an i funktion. Nu hoppas vi att det ska bli bättre.

**Utom kalkylen**

Rune Johansson vill också peka på en sak till som påverkat beslutet. Nämligen det faktum att Resespecialisterna i Skellefteå skulle leva kvar trots att hela personalstyrkan sagt upp sig.

— Det hade vi inte kalkylerat med. I så fall skulle det bli tre resebyråer i stan och alla skulle nog få problem. Resespecialisterna skulle säkert ha fått miljonförtuster, men det kan SAS-koncernen ta några år. Vi därmed hade inte klarat av det.

Känns det svårt att släppa idén om att driva eget?

— Innet är känns det som om det vore trevligt, men det här är mer realistiskt.

Resespecialisternas personal hade gjort klart med lokal (tidigare Forsberg & Eli) och även påbörjat en del annat arbete inför starten.

I sammanhanget vill jag också säga att det är otroligt hur folk ställt upp för oss och varit positiva, avslutar Rune Johansson.

THOMAS HEDLUND

Resebyrån startade med fem anställda, idag är man tio. På några år har omsättningen fördubblats från 20 till 40 miljoner kronor och Ulf Dahlberg är inte främmande för nyanställningar längre fram.

SJ Resebyrå har inlet samarbete med Arvidsjaur turism och tagit ett nytt faktureringsystem i bruk. Efter en mindre omorganisation kan fler anställda på heltid ägna sig åt försäljning.

### Små marginaler

”Det är bara det att vi jobbar med ohyggligt små marginaler. För att det ska gå ihop ska varje anställd jobba in fyra miljoner”, fortsätter Ulf Dahlberg. Han tycker att folk i branschen har dåligt betalt och tar dåligt betalt. Det är hans erfarenhet av resebyråverksamheten.

”Det är kvalificerade tjänster vi utför. Vi sliter och jobbar, men vi får lite ut av det”, menar han.

”Det gäller att sälja mycket och snabbt. Det är modellen för att pengarna ska strömma in i provisionssystemet. På sikt måste vi hitta andra system. Vi måste börja ta betalt efter den tid vi jobbar”, säger Ulf Dahlberg. Det gör andra.

### Satsar på kvalitet

Service och kvalitet är honnörsord för Ulf och personalen. Det gör byrån inte avkall på. På affärssidan har byrån många av Skellefteås största företag som kunder. Boliden Metall AB, Kommun-Data AB, Skellefteå Lasarett, Safac...

”Vi vinner själva på att bjuda på god service och kvalitet. Det går inte att slåss med priser i den här branschen”, berättar Ulf Dahlberg. Tyngdpunkten av byråns verksamhet ligger på affärsresor. Cirka 30 procent ligger på privatresor.

”Det är dock viktigt att ha privatresorna. En fullvärdig byrå måste kunna bjuda på fullvärdig service”, kommenterar Ulf Dahlberg.

### Turbulens

I resebyråverksamheten i Skellefteå är det bra turbulens, som Ulf Dahlberg uttrycker sig. Resespecialisterna, tuffaste konkurrenten, har skakats av en intern strid. Alla 17 anställda sa upp sig och tänkte starta eget i egen regi i höst. Resespecialisterna skulle drivas vidare med färre anställda. Bland annat tyckte personalen på Resespecialisterna att centraliseringen till Stockholm var besvärande. Efter viss ”konversation” kom dock de anställda och ledningen överens. Alla 17 tog tillbaka sina avskedsansökningar efter garantier om bättring. Såna erfarenheter har inte Ulf Dahlberg. ”Jag upplever jobbet som väldigt fritt. Det finns ingen byråkrati eller statlig tröghet”.

### Bra affär

”Turbulensen och oron i branschen är inte till någon nackdel för oss. Vi har en stabil kedja och organisation bakom oss. Det är en klar fördel. Om SJ Resebyrå lyckas i den knivskarpa konkurrensen får framtiden utvisa.” Ulf Dahlberg verkar inte bekymrad och lovar en sak: ”Vi blir en bra affär för SJ Resebyrå och kunder finns det gott om.”

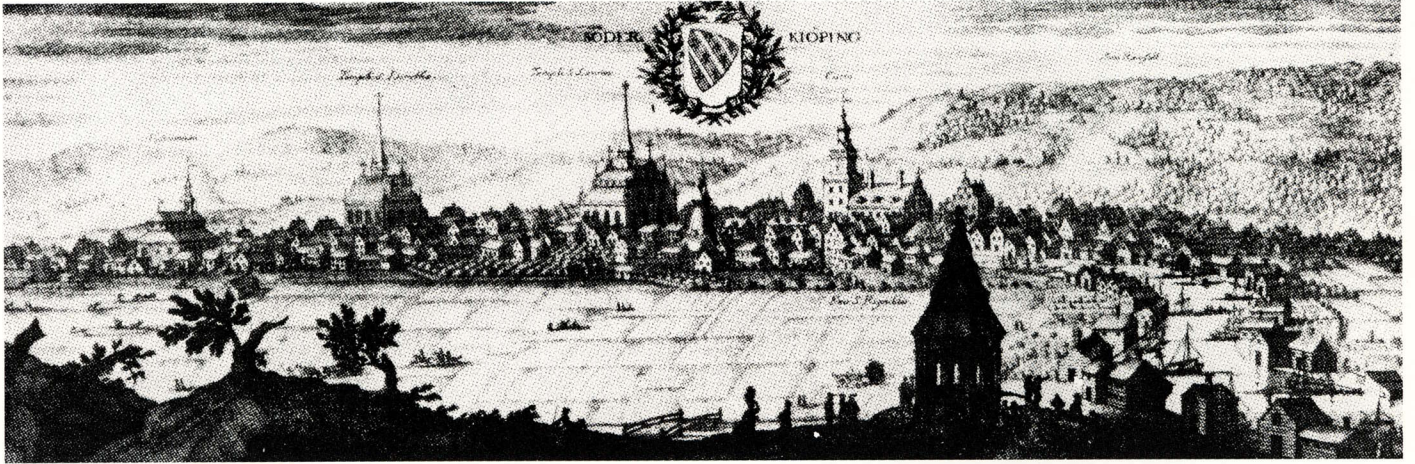
ULF CEDERHILL



En fullvärdig resebyrå måste ha ett brett sortiment. Vid SJ Resebyrå i Skellefteå ligger cirka 30 procent av verksamheten på privatresor. Efter oron i branschen väntas nya kunder strömma till. Här är det Anette Westergren som servar en kund i byråns nya lokaler på Kanalgränd.

*SJ Resebyrås nya affärsidé:*

# TILLGÅNGLIGHET, ALTERNATIV, OMTANKE



*I Söderköping, denna fina lilla stad, har SJR haft sitt stora affärsreseseminarium som har fått stort gehör och där alla inom SJR visat stort intresse. 278 SJRare har besökt Söderköping under de tre veckorna som seminariet pågått.*



Söderköpings Brunn — en idyll.

SÖDERKÖPING är en liten stad som faktiskt har en diger historia. På 1500-talet var den Sveriges rikaste stad och 1281 kröntes Magnus Ladulås maka Helvig på stadens torg. Göta Kanal rinner sakta genom staden och alla kanalbåtar passerar i sakta mak.

Söderköpings-Brunn var en hälso- och kuranstalt från 1774 till 1975 då man slutade med verksamheten.

Det genomgående syftet med seminariet i Söderköping var att ha en genomgång av PDS-undersökningen och komma till insikt i vad man gör och inte gör eller borde göra. Dessutom ger ju alltid denna typ av sammankomster med grupparbete en social samvaro. Mycket populärt har sk "Walking Rallys" varit. Det innebär att man under kvällen och nattens timmar i "ur och skur" utrustad med karta ger sig ut

på Söderköpings gator. Två och två ska man "välja rätt" gatukorsningar på sin väg genom Söderköping. Det har gett ett positivt utslag i förmågan att klara av teamwork, att lösa problem och så vidare.

### Problem ska lösas

"Den stora kritiken som SJR har fått av kunderna som deltagit i PDS-undersökningen är att vi inte är tillgängliga", säger Erik Nilsson. "Vi svarar inte i telefon, det är upptaget på telefon, vi svarar och ber kunden vänta, vi svarar och ingenting händer... Det här är det stora problemet som vi måste försöka ta tag i. TILLGÅNGLIGHET, har fått stå för det första ordet i affärsidén.

ALTERNATIV, är ord nummer två. Vi ska alltid ha något alternativ att ge kunden. En annan flygtid, ett annat hotell. Inte bara



"Det är vi själva som skaffar oss den verklighet som vi förtjänar genom vårt beteende. Tillsammans kan vi välja en framgångsrik verklighet."

svara på det alternativ som kunden föreslår utan gå lite längre. Visa SJRs alternativ!

SJR är en stor organisation men vi måste ändå verka och arbeta som en liten resebyrå där OMTANKE är väsentligt. Vi måste tänka på kundens bästa, ge service och kvalitet.

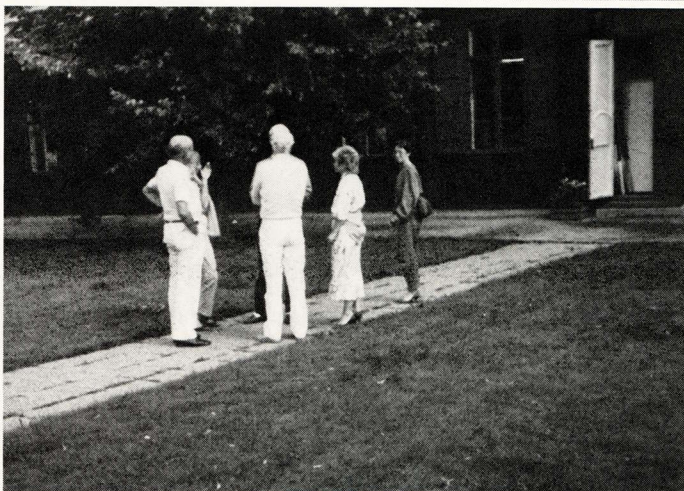
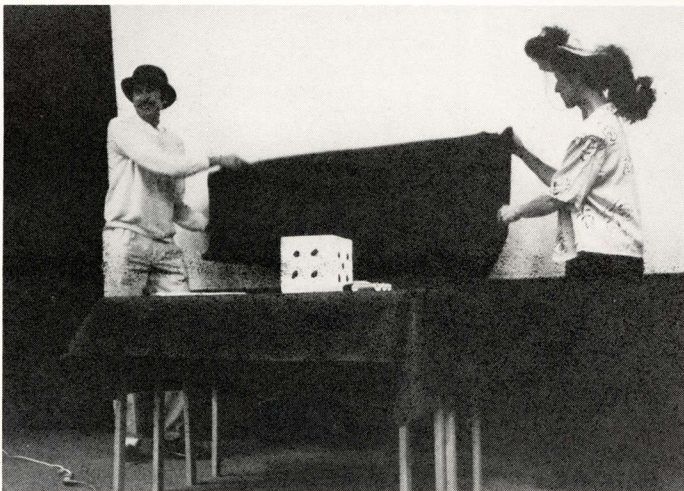
TILLGÄNGLIGHET, ALTERNATIV och OMTANKE är de tre ord som nu efter Söderköping kommer att bli de nya delarna i SJRs affärsidé. Vi har under de tre veckorna i Söderköping förstått att vi på SJR sitter inne med stora krafter och resurser vad gäller lösningar och idéer.

Tack för alla otroliga grupper, deras presentationer och intresse för ett bättre SJR. Tack för trevliga veckor i Söderköping", avslutar Erik Nilsson.

CECILIA ERIKSSON



En uppskattad aktivitet i Söderköping var "Walking Rally" som pågick på Söderköpings gator.



Det var med stort intresse och entusiasm som man jobbade tillsammans på seminariet.

BENGT HERTZMAN

# FLORIDA

*kretsar kring solen, sanden och nöjena*



*Fritidsresor arrangerade en studiere-  
sa till Florida i juni som Christin  
Lindberg, Härnösand, och Lars He-  
lin, Borås, deltog i. Här återger de li-  
te av vad de stötte på, hotell, strän-  
der och sevärdheter.*

Isles: Waikiki Resort Motel, Beacharbour Hotel och Hotel Marco Polo. Alla har ett bra läge direkt vid stranden och nära till centrum.

## Disneyworld — ett måste

Efter shopping var det dags för avresa till Orlando där gruppen bodde på Langford

tig. Som myndigheterna säger: "Looking for trouble, you've come to the right place."

## Brännskador

Bahamas, visst låter det som vajande palmer, sol och kristallklart vatten. Så var det också den dagen gruppen åkte över med Scandinavian Sun på en endagskryssning. Men passa er så att ni inte bränner er av den starka solen när ni åker dit. Christin Lindberg fick brännskador, så passa näsan!

## Ernst Hemingway

Key West var sista stället som skulle besökas innan hemfärden till Norden. Man besökte Ernst Hemingways hus som står kvar och som huseras av tre katter från den tid då Hemingway levde.

Ett gemensamt omdöme om hotellen var att rummen var fräscha och stora. De flesta hotellen låg bra med närhet till strand och centrum.

"Det var en fint genomförd och mycket lärorik studieresa som Fritidsresor tog oss med på", avslutar Christin Lindberg.

CHRISTIN LINDBERG/CECILIA ERIKSSON



CHRISTIN LINDBERG

Miami — blir mer och mer ett handels- och kommunikationscentrum.

FÖRSTA DESTINATIONEN var Miami. Den stad där solen, värmen och de milslånga stränderna har lagt grunden för USAs främsta turistindustri. Nu försöker man dock få bort det ensidiga beroendet genom att bygga ut USAs största handels- och kommunikationscentrum. Miami arrangerar årligen cirka 300 stora konferenser med 100 000 deltagare.

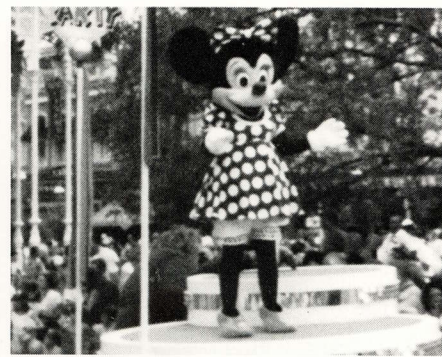
Det är fullständigt omöjligt att ge en rättvis bild av Miamis hotell och restauranger. Staden har mer än 4 000 restauranger och drygt 600 hotell. Gruppen gjorde en "inspektion" av Fritidsresors hotell i Sunny

Resort Hotel i Winter Park, ett mycket mysigt hotell. Tänk på att Orlando är så stort att det nästan är en nödvändighet med hyrbil.

Det är så klart ett måste när man är i Orlando att besöka Disneyworld, framtidslandet EPCOT och SEA WORLD. Här finns det nästan för många attraktioner för att man ska kunna smälta alla intryck.

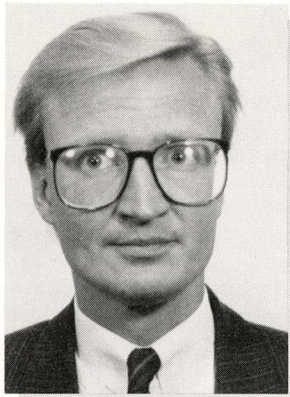
## "Nattsuddaren"

Nattsuddaren har också mycket att välja mellan i Florida. Det är minst sagt ett in-  
spektivt nattliv och det gäller att vara försik-



Mimmi Pigg är ute och spatserar i Disneyworld.





**Stig Sönerberg,**  
chef Affärsresor Vasagatan

Stig har tillbringat en stor del av sitt arbetsliv inom resebranschen. Han har en omväxlande bakgrund eftersom han har jobbat både bakom och framför kunden. Inom SJR har Stig hunnit avverka specialresesidan, PKBanken och nu Affärsresor på Vasagatan.

"Jag trivs mycket bra på min nya plats och jag trivs bra med hela SJR. SJR är en stor koloss som trots detta är liten och nagande god och som jobbar som "den lilla resebyrå". Trots storleken har man fin kontakt med sin marknad och sina kunder. På affärsresesidan har delegeringen ut till personalen genomförts maximalt. Ansvaret har nått långt ut i leden och alla har fått del i det totala ansvaret som är viktigt i en så här pass stor organisation. Det känns skönt att det inte finns någon anonymitet inom SJR."

**Gunnar Lundqvist,**  
chef SJR Skövde

"Jag har jobbat länge inom SJR. 1951 började jag på järnvägsexpeditionen, har jobbat på SJ Resetjänst i Falköping, nu har jag jobbat i Skövde sedan 1973. På chefsstolen har



jag suttit som vikarie sedan 1984, men är nu sedan den 1 juli "riktig" chef för vår resebyrå i Skövde."

Gunnar har alltid varit nyfiken på världen och har alltid varit intresserad av att resa. Det tror han är en av anledningarna att han har jobbat hela sitt liv inom resebranschen.

"Det är viktigt att man är intresserad av att resa och att man reser när man jobbar på en resebyrå. Man vet hur det fungerar, en affärsresenär känner till vad som är det primära för att en resa ska kännas lyckad, var hotell ligger i förhållande till flygplatser

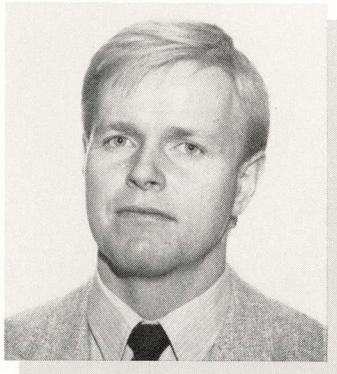
# NYA I JOBBET

*SJR är en stor organisation med en ständig rörlighet. Inblick har som uppgift att följa denna utveckling. Tidningen kan inte följa varje enskild personförändring, men förändringar av nyckelpersoner på nya jobb redovisas här.*

och så vidare. Man vet hur det är att vara resenär."

**Bård Ljöstad,**  
budgetansvarig SJR

Att ha hand om SJRs ekonomi och vara budgetansvarig, det är Bård Ljöstads nya jobb inom SJR. Han har tillbringat större delen av sitt arbetsliv inom SJR.

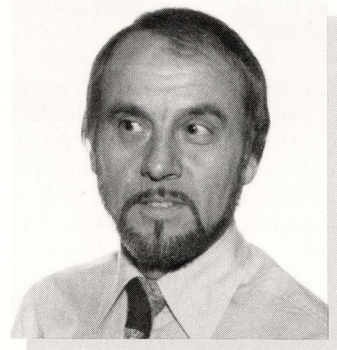


"Jag hade ett litet avbrott då jag jobbade på SJs budgetsektion. Där hade jag hand om ett par marknadsregioner, budgeterade och följde upp resultat. Det är kul att vara tillbaka på SJR. Jag har alltid trivts bra. Fanns faktiskt på resebyrå på Vasagatan under två år. Men, det är ju ekonomi som jag ska hålla på med!

Vill till sist tala om att jag uppskattar Outlook. Det är en matnyttig tjänst som vi ger alla våra affärsresenärer."

**Gösta Segefalk,**  
chef SJR Hägersten

I och med att försvarsstaben slog igen när avtalet med försvaret upphörde den 1 juli så flyttade Gösta Segefalk, som jobbat på



försvarsstaben i två år, till chefsposten i Hägersten.

"I början av 1960-talet jobbade jag som

sommarvikarie på SJ i Kristianstad. Då var det årstidsbaserat antal anställda. På sommaren anställde man fler personer eftersom det var då man hade sin högsäsong."

1969 flyttade Gösta upp till Stockholm och jobbade på SJR Electrolux under 8 år. Har jobbat på biljettavdelningen för affärsresor på Vasagatan under 7 år.

"Det är fullt upp när man jobbar på resebyrå. Tyvärr så hinner man inte med allt man skulle vilja göra och borde. Administrativt arbete blir liggande. Men jag trivs väldigt bra på SJR."

**Bo Hortlund,**  
chef SJR Vällingby



Bo har sett många sidor av SJR genom sitt arbete. Han började sin SJR-tid på resebyrå i Luleå, flyttade till Farsta, fick jobb som chef för affärsresor i Solna och har nu förflyttat sig till Vällingby.

"Jag tycker att det är en utmaning att flytta på sig. För en tid sedan läste jag en artikel där man ansåg att alla människor en gång i sitt liv borde flytta på sig, byta arbete och miljö. Men det är ju ofta en praktisk omöjlighet. SJR ger oss anställda stora möjligheter på det här planet, vi kan flytta men ändå vara kvar i företaget."

**Anders Murát**  
HK

Den 15 september började Anders Murát sitt nya jobb på SJR. Efter att ha jobbat på en liten resebyrå — Reseforum — känns

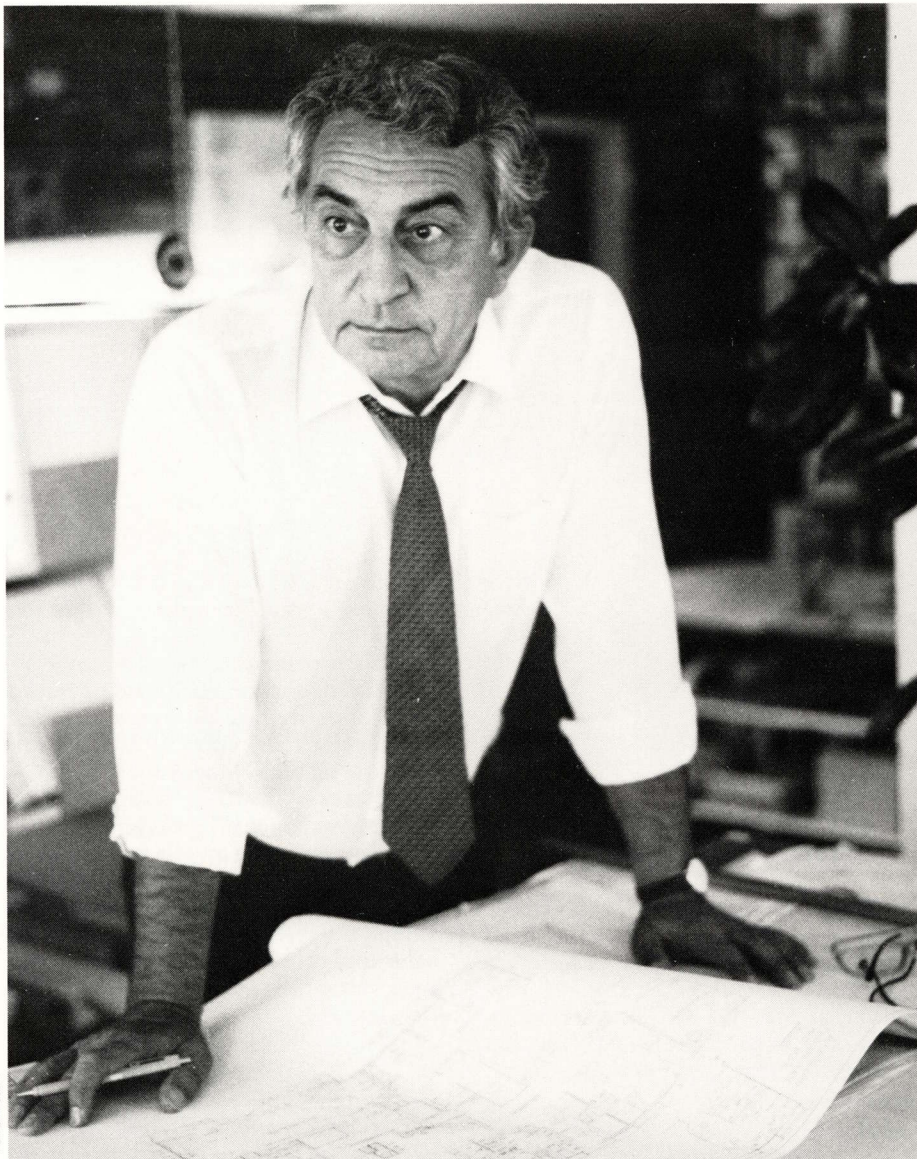


det spännande att komma till en större organisation. "Jag tror att SJR kommer att möta framtidens krav på en resebyrå. Kunskap finns, spridningen geografiskt sett är en fördel och dessutom är SJR marknadsledande."

Anders har tidigare jobbat som charterarrangör utomlands och som affärsresesäljare på Reso. Nu blir det till största del arbete med PDS och kvalitetscirklar.

Berkok Ilkünsal:

# SJR:s HUSARKITEKT



PER ERIKSSON

*Berkok Ilkünsal, SJR:s egen "husarkitekt" berättar om vad han analyserar innan han sätter igång med att rita ett resebyråkontor. "Kontoret ska se seriöst ut och kvalitén ska synas genom skyltfönstren."*

**B**ERKOK ILKÜNSAL och hans arkitektbyrå BIAAB har kommit att bli SJ Resebyrås "husarkitekter". Samarbetet började för fem år sedan i och med flyttningen av huvudkontoret i Stockholm. Sedan dess har Berkok och hans kolleger ritat närmare tjuugo SJR-kontor.

Samarbetet mellan IAAB och SJR är och har varit bra. Om det skvallrar bland annat Berkoks pärm med beundrapost. Han har fått åtskilliga brev från personalen på olika resebyråkontor. Alla brev är fyllda med lovord och tack för fina lokaler.

"När jag kom i kontakt med namnet SJ Resebyrå för första gången associerade jag till expeditioner med glasluckor och tågbiljetter", minns Berkok Ilkünsal. "Därför har det blivit en utmaning att göra luftiga och fräscha lokaler."

Något slags "mönsterresebyrå" ute i

världen att hämta idéer från finns inte. Enskilda detaljer från andra kontor och andra länder tas förstås tillvara. Men det är i huvudsak de lokala förutsättningarna som styr.

## Kvaliteten

Rent allmänt ska ett resebyråkontor se seriöst ut. Det ska synas att kvaliteten på service och tjänster är hög. Som kund ska man kunna se in från gatan och få lust att stiga in. Väl där inne ska man känna sig trygg.

"Det ska vara öppna fönster — utan affischer — mot omvärlden", säger Berkok. "Kontoret ska vara sin egen affisch."

På en del kontor kommer kunderna in, medan de på andra oftare har kontakt per telefon. En del kontor har många små kunder medan andra har fler stora. Personalstyrkan är olika stor och de lokaler som finns att välja mellan skiljer sig. Ja, allt det

där är välkänt, men också de faktorer som styr lokalernas utformning. Det viktiga är att anpassa dem både till personal och kunder.

Vägen från beslut om ombyggnad till inflyttning är faktiskt både längre och mödosammare än man i allmänhet tror. Första steget mot ett nytt eller ombyggt kontor är det viktigaste. Det är den analys som ombyggnadsplanerna sedan grundar sig på. Här studeras personal- och kundstruktur, expansionsplaner mm. Allt för att på bästa sätt kunna dimensionera lokalerna. Ett resebyråkontor som snabbt blir urvuxet är dålig ekonomi.

## Analysen viktig

Det inledande analysarbetet brukar ta en eller två månader. Själva projekteringen — ritandet — tar sedan 2—8 månader. Byggnadsarbetet kan sedan ta allt från någon vecka till månader.

"Att vara arkitekt innebär att man till minst hälften också måste vara psykolog", menar Berkok Ilkünsal.

Målet är förstås att alla ska trivas i en ny lokal. I alla fall med vissa små eftergifter. Därför är det viktigt att alla som sedan ska arbeta i lokalerna är delaktiga när nya planer tas fram. Berkok och hans kolleger är flitiga besökare ute på kontoren de arbetar med.

Det finns en given linje för hur alla SJR-kontor ska se ut, men vissa variationer görs självfallet. Det kan t ex vara fråga om lokala färger, konsthantverk osv.

## Trivsel först

Trots att man som lekman mest fäster sig vid kontorens inredning, så är detta faktiskt ett underordnat område. Det spelar ingen roll hur bra dekorerat det är om lokalerna i övrigt är dåliga eller feldimensionerade. Stor vikt läggs vid den inre arbetsmiljön. Det är IAAB som tillsammans med SJR tagit fram det fyrapersonersbord som allt oftare kommit att användas.

"Samarbetet med SJR har varit mycket



**Berkok Ilkünsal och hans kollega Håkan Levanter diskuterar och skissar.**

gott", poängterar Berkok Ilkünsal. "Alla har samma mål, dvs att få ändamålsenliga lokaler."

Vad har Berkok gjort innan samarbetet med SJR inleddes? Han har varit med om att rita så väsensskilda byggnader som det första höghuset i Istanbul år 1957 och Stockholms- och Malmöpolisens ledningscentraler. Mellan det har åtskilliga hyreshus och villor passerat hans ritbord.

Just nu är han i färd med att förnya SJ Resebyrå i Halmstad och Borlänge. I Halmstad blir det ett nybygge, medan man bygger om befintliga lokaler i Borlänge.

PER ERIKSSON

# ANSLAGSTAVLAN

Om du har något som du vill ska "sättas upp" på anslagstavlan, slå en signal till Cecilia, telefon 08-10 30 30 eller skriv ett par rader till Publicistgruppen, Cecilia Eriksson, Drottninggatan 80, 111 36 Stockholm.

Det har tyvärr inte kommit in något material till Anslagstavlan. Det kanske inte finns något spännande att informera om så här efter semester och härligt lata dagar. Vi på redaktionen hade hoppats på att man på resebyråerna skulle finna att denna sida var ett utmärkt sätt att tipsa, framföra åsikter eller roliga synpunkter. Och så vidare. Det är meningen att sidan ska ge informationsutbyte och konversation mellan kontoren.

Jag vill gärna göra alla affärsresesäljare lite uppmärksamma på de nya hotellbroschyrer som nyligen tryckts och som innehåller ett 150-tal hotell i Sverige, från Kiruna i norr till Ystad i söder. Alla hotell har ingått speciella avtal med SJR och därmed också specialpriser.

Vi har ordnat 5—25 procents rabatt på ordinarie priser under veckans "arbetsdagar" måndag till fredag.

Genom att använda dessa hotell och utnyttja deras priser, mer än vi gör idag, sparar vi pengar åt våra kunder samtidigt som vi lägger en grund för SJR till ännu bättre priser nästa år. Det gäller att utnyttja alla "specialavtal" så mycket som möjligt.

OLA ERIKSSON

Vad tyckte du om seminariet i Söderköping? Vad var bra respektive dåligt? Vad lär man sig och vad får man ut av sådana här dagar då man träffar kolleger, utbyter erfarenheter och jobbar tillsammans?  
Hör av dig till Anslagstavlan!

## Arbetskläder på prov

Det råder delade meningar på kontoret i Halmstad om arbetskläderna som man har fått på prov.

De flesta är överens om att det är en bra idé. Däremot är man inte så förtjust i kvaliteten och snitt. "Det känns lite uråldrigt", säger Tina Rosdahl på SJR i Halmstad. Kjolen är sydd i terylen och med ett tråkigt snitt. Den kunde gjorts lite tuffare.

"Skjortan skrynklar sig och är för tunn", påpekar Bodil Persson som tycker att man borde satsa mer på kvaliteten om man ska trivas med att gå omkring i samma kläder dag efter dag. Sammanfattningsvis kan man alltså säga: Bra idé — dålig kvalitet!

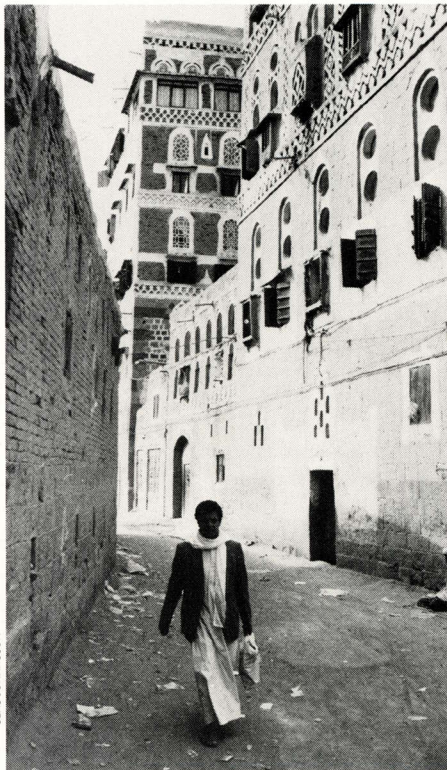
"DEN SOM INTE BLIR INFORMERAD KAN INTE TA ANSVAR. DEN SOM BLIR INFORMERAD KAN INTE UNDGÅ ATT TA ANSVAR."  
Citat Jan Carlzon, SAS

Välkommen med dina bidrag till Anslagstavlan i Inblick. Inför nästa nummer behöver vi dina rader eller ditt telefonsamtal före 20 oktober!

Redaktionen

Bertil Nilson, Linköping, på annorlunda studieresa:

# "NORDJEMEN KAN BLI NYTT RESMÅL FÖR SPECIALISTER"



CLAS JOHANSSON

*Det spännande Nordjemen kan bli ett nytt resmål för SJR. I slutet av juli besökte Bertil Nilson — resebyråchef i Linköping — landet för att undersöka om det kan vara värt att satsa på.*

**N**ORDJEMEN LIGGER nästan längst söder ut på den arabiska halvön och skiljer sig mycket från övriga Mellanöstern. Landet för fortfarande tankarna till tusen och en natt och det medeltida arabiska livet. Kvinnorna är ordentligt beslöjade och männen beväpnade med både kniv och gevär.

Ledare för resan var Ulla Olsenius som sysslar med att arrangera resor till Nordjemen och som också är representant för Yemen Airways i Skandinavien.

Redan under resan fördes det diskussioner om konkreta arrangemang. I gruppen fanns nämligen representanter för de svenska tandläkarnas utbildningskommitté och dessa funderar på att förlägga en kurs i Nordjemen redan nästa år.

"Jag tror att Nordjemen kan bli ett intressant land för grupper med speciella intressen. De som är intresserade av natur, miljö, arkitektur och historia har ju ett eldorado här nere", menar Bertil Nilson.

"Någon massturism från Sverige kan man dock inte räkna med. Infrastrukturen

är alltför underutvecklad och dessutom sätter de höga kostnaderna hinder i vägen", säger Bertil.

## FAKTA OM JEMEN

**Befolkning:** 9,2 miljoner personer.

**Yta:** 135 000 km<sup>2</sup>.

**Språk:** Arabiska.

**Religion:** Islam.

**Ekonomi:** Den officiella per capitainkomsten är cirka 500 USD, men med tanke på inkomsterna från de jemeniter som jobbar utomlands ligger den förmodligen cirka 1 000 dollar högre. Den siffran sjunker dock i rask takt och det ska man nu försöka kompensera med hjälp av de nyupptäckta oljefyndigheterna. Nordjemen har ett gigantiskt underskott i handelsbalansen och dessutom problem med en omfattande smuggling från Saudiarabien, Japan, Frankrike, Storbritannien och Västtyskland. Inflationen i landet är kring 30 procent.

**Valuta:** 1 Rial (YR) = 100 Fils = 0.80 SEK.

**Resa:** Till Jemen tar man sig med flyg. Flera bolag trafikerar huvudstaden Sana'a. Svensk representant för det statliga bolaget Yemen Airways är Sphinx Tours som nås på telefon 019/13 90 33. De kan också bidra med ytterligare information om landet.

**Hotell:** Det finns strängt taget bara två hotell för affärsmän (vilka väl ännu en tid kommer att dominera resandet) i huvudstaden Sana'a — Sheraton och Taj Sheba.

Sheraton liknar många andra hotell i samma kedja och här finns allting som en affärsman kan önska sig. Bra rum, restauranger (med alkohol), pool, tennisbanor, underhållning, konferensrum etc. Hotellet



**Ulla Olsenius, Sphinx Tours, och Bertil Nilson från SJR i Linköping tar igen sig framför jeepen under besöket i Nordjemen.**

ligger en bit utanför centrum i ett grönt och lummigt område. Ett enkelrum kostar 820 YR och ett dubbeldito 970 YR.

Taj Sheba, som ägs till hälften av indiska intressen och till hälften av Saudiska, ligger mer centralt i närheten av kontor och ministerier och på promenadavstånd från den spännande lokala marknaden — Souken. Håller samma standard som Sheraton och har pool, men har inte samma fina grönområden. Dessutom serverar man inte alkohol. Det är dock tillåtet för utlänningar



**Resterna av en damm som byggdes av Drottningen av Saba för tusentals år sedan. Idag byggs, med bl a svensk hjälp, en ny damm.**



**Marknaden i Sanaa är ett eldorado för den som vill shoppa ovanliga ting.**

att ta med sig sin egen alkohol in i Nordjemen. Taj Sheba har samma rumspriser som Sheraton.

**Restauranger:** De bägge hotellen har utmärkta restauranger som serverar både internationellt och lokal mat. På Sheraton finns det tre restauranger att välja mellan och på Taj Sheba två stycken.

Ett spännande alternativ är Dar Al Hamd Hotel som är inrymt i ett av den tidigare enväldshärskares palats. Här serveras genuin jemenitisk mat och kaffet kan avnjutas på traditionellt sätt halvliggande på kuddar på golvet.

Priserna på mat är ungefär desamma som i Sverige, men alkohol (på de få ställen man serverar det) är betydligt dyrare.

CLAS JOHANSSON