

Inblick

ÅRG. 3, NR 2

FÖRETAGSTIDNING FÖR ANSTÄLLDA INOM SJ RESEBYRÅ.

MAJ 1988

MARGOT

ger extra

SERVICE

BRA VÄDER

med SJR på

ARLANDA

BRANSCHENS

BÄSTA

datasystem

1987 års

RESULTAT



Tema privatresor

**SATSNING I ÖSTERSUND
RESANS DAG I GISLAVED OCH VÄXJÖ**

Inblick i föregående års resultat:

BÄTTRE ÄN ÅR 1986 MEN SÄMRE ÄN BUDGET

SJ Resebyrås försäljning under 1987 blev 3 miljarder kronor. Rörelseresultatet nådde emellertid inte upp till prognosen. Men jämfört med året innan innebär det i alla fall en rejäl förbättring. Detta beror bland annat på att affärs-mässigheten inom SJR ökat. Vi har ett minst lika bra utgångsläge inför framtiden som konkurrenterna, menar Bertil Hammarberg. Läs hans svar på frågorna kring året som gick.

Blev 1987 ett år som vi kan vara nöjda med ur ekonomisk synpunkt?

”Både nej och ja!

Givetvis kan vi inte vara nöjda med ett resultat som ligger så långt under budget. Men med ”ja” menar jag att vi glädjande nog visat oss kapabla att under året vända trenden i resultatutvecklingen i positiv riktning, som framgår även av vidstående tabell. 1987 startade ju olyckligt med resandebortfall på grund av köldrekord och snöoväder som störde resandet på alla trafikslagen. Detta i kombination med prisstopp och ett alltför högt kostnadsläge bland annat på datasidan blev en hård belastning på 1987 års totalresultat.”

Var låg våra största problem och vilka var våra största framgångar?

”Vår största framgång är naturligtvis att vi lyckades vända resultatet i positiv riktning och den vändningen beror framför allt på att så väldigt många medarbetare land och rike runt blivit mera affärs-mässiga. Med affärs-mässig menar jag då mera intäkt- och kostnadsmedvetna. Vår fortsatta framgång hänger i allt väsentligt på om vi kan bibehålla eller helst öka den affärs-mässigheten i hela vårt agerande.”

Hur stora ambitioner kan vi ha när det gäller vinst för hela SJ Resebyrå?

”Grundambitionen måste vara att nå hittillsvarande ägarkrav dvs 1% av bruttoomsättningen, vilket nästan är på gränsen till vad som var normalt på 70- och början på 80-talet dvs omkring 1,5% för att kunna behålla vår rörelse- och handlingsfrihet i de omvärldsförändringar som sker i allt raskare takt.”

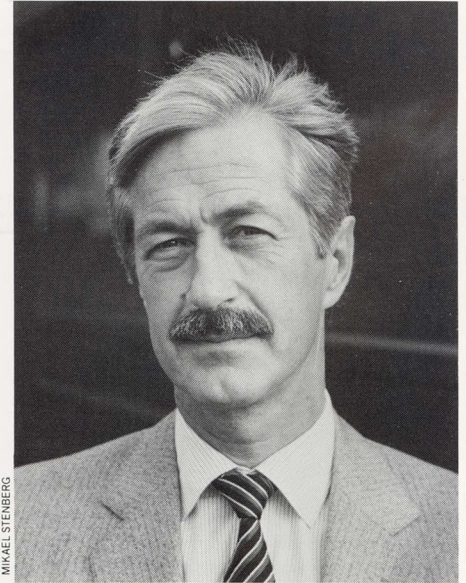
Investerade vi tillräckligt under 1987? Vart gick investeringarna?

”Vi investerade sannolikt inte tillräckligt mycket på personalutvecklingsområdet men vi kommer nu att rätta till bristerna på detta viktiga område.

När det gäller investering i nya lokaler håller vi en oförändrad relativt hög takt med nytt i Borlänge, Umeå, SJR Tours, Specialresor Stockholm och Chalmers för att nämna några. Ambitionsnivån är hög när det gäller att fortsätta att ge kunder och medarbetare SJR Berkok-kvalitet på lokalerna.”

Hur ser det ut för första delen av 1988? Har vi förbättrat takten i lönsamhet och försäljning?

”Hittillsvarande preliminära försäljnings-



Ja och nej, svarar Bertil Hammarberg på frågan om vi kan vara nöjda med 1987 ur ekonomiskt perspektiv. Resultatet ligger under budget, men över år 1986.

siffror ger en stark förhoppning att den positiva resultat-trenden från andra halvåret 1987 håller i sig.

Jag är helt övertygad om att medvetenheten om att lönsam verksamhet kräver både kreativitet i säljarbetet och en hård kostnads-kontroll nu är hög och prognosen för första halvåret 1988 visar därför en påtagligt ljusare bild än föregående år.”

Vilka är de största hoten respektive möjligheterna för SJR?

”Hoten ligger i en eventuell oförmåga hos oss att utnyttja möjligheterna.

Vi har ett minst lika bra utgångsläge som någon av konkurrenterna för att kunna göra några bra avslutningsår på 80-talet. Men, och det är ett viktigt ”men” — vi måste klara att hålla den höga takt i personalutvecklingsprogrammet, som är så nödvändig, för att kunna möta allt högre kundkrav, en allt hårdare konkurrens och en växande marknad.”

Hur påverkas SJ Resebyrå av omstruktureringen inom SJR?

”Det är ännu för tidigt att säga hur SJR kommer att påverkas av den pågående omstruktureringen av SJ.

SJR måste långsiktigt få jobba under samma förutsättningar som konkurrenterna och jag är övertygad om att den nya SJ-ledningen kommer att beakta detta.

SJR:s uppfattning om för- och nackdelar med olika alternativ kommer att redovisas för vår nye Gd Stig Larsson under våren.”

	Utfall i miljoner kronor			Budget	Budget
	1:a halvåret	2:a halvåret	Hela året	1987	1988
Försäljning	1509	1491	3000	3078	3355
Intäkter	+ 148	+ 152	+ 300	+ 295	+ 338
Bruttomarginal i %	+ 9,8%	+ 10,2%	+ 10,0%	+ 9,6%	+ 10,1%
Sakkostnader					
Personal	— 82	— 83	— 165	— 165	— 183
Lokaler	— 11	— 11	— 22	— 23	— 25
Data o tele	— 24	— 21	— 45	— 41	— 47
Kontorsmrl + inventarier	— 4	— 5	— 9	— 6	— 7
Reklam	— 9	— 8	— 17	— 16	— 18
Köpt av SJ	— 1	— 1	— 2	— 4	— 4
Externa konsulter	— 5	— 2	— 7	— 4	— 4
Övrigt	— 10	13	23	— 14	— 13
Brister	— 5	— 2	— 5	—	—
Differens i bokf/buffert	2	—	— 2	—	— 7
	— 151	— 146	— 297	— 273	— 307
Täckningsbidrag 1	— 3	+ 6	+ 3	+ 22	+ 31
Avskrivning	— 4	— 4	— 8	— 16	— 15
Täckningsbidrag 2	— 7	+ 2	— 5	+ 6	+ 16
Finans netto	+ 4	+ 3	+ 7	+ 9	+ 9
RESULTAT	— 3	+ 5	+ 2	+ 15	+ 25
i %	— 0,1	+ 0,5	+ 0,1	+ 0,5	+ 0,75

BRANSCHENS BÄSTA

datasystem är snart verklighet

Den 9 mars var det kick off i SJ Resebyrås offensiva CC-projekt. Förkortningen står för "Communication Computer" och hela projektet syftar till att skapa ett nytt och övergripande datasystem.

MENINGEN MED CC-projektet är att alla bokningssystem ska bli tillgängliga från en och samma terminal. Idag står det flera olika terminaler på resebyråkontoren. Varje bokningssystem har i princip en dedikerad terminal. En för SMART och en annan för system som till exempel Apollo och Sabre. Vissa kontor gör även sina bokningar på till exempel Stena Line via en videotextterminal.

Den nya kommunikationsdatorn, CC, ska bli den sammanhållande länken i detta nya SJR-system. Istället för att varje enskild terminal bara har kontakt med ett system ska alla terminaler på SJR-kontoren kopplas till denna dator. De olika leverantörernas bokningssystem kommer i sin tur att stå uppkopplade till CC-datorn.

Vilka fördelar uppnås med denna lösning? På resebyråerna kommer man att slippa springa omkring mellan olika terminaler för att göra en hel bokning. Meningen är att all information ska kunna hämtas från en och samma terminal.

Mycket strategiskt

"Detta är en strategisk investering som kommer att bli lönsam för oss på sikt", sa Bertil Hammarberg vid mötet.

På träffen, där projektets organisation tog form, gav Hans Nohrenius en bakgrund till datoranvändningen inom hela resebyråvärlden. Bakgrunden till att SJR nu tar detta steg mot ett eget och mycket avancerat system är att dagens datasystem helt enkelt inte är tillräckligt bra.



Här lyssnar folk från SJ-Data, SJ Resebyrå, Stena Line, Televerket med flera på Ingvar Fogelbergs beskrivning av CC-projektet.

"Det var meningen att SMART skulle bli betydligt mer tidsbesparande än PNR och SNAP", berättade Hans. "Men detta löfte har aldrig infriats helt."

När det nya CC-systemet står klart kommer alla bokningssystem att få samma status. Alla leverantörers datorer kan i princip anslutas. Den särställning som SMART har haft kommer således inte att bestå.

"Vi syftar inte bara till att föra in denna nya kommunicerande dator", berättar Ingvar Fogelberg som är projektledare.

Nya terminaler

Den nya CC-datorn kommer naturligtvis inte att kunna ses. Men det nya systemet för även ny utrustning på SJR-kontoren med sig. Samtliga terminaler kommer att bytas ut. Idag är det en blandning av Philips, Ericsson med flera. Vilken leverantör de nya terminalerna ska köpas av är inte klart än. Just nu är man inne i upphandlingsfasen och senare i vår kommer beslut om märken och modeller att fattas.

"Valet av utrustning är viktigt, varför mätningar och praktiska prov nu pågår", berättar Ingvar vidare.

Bland annat är Statshälsan inblandat i denna stora upphandling. Allt för att skärmarna ska bli så bra som möjligt. SJ Resebyrå har ställt långtgående krav på såväl hög ergonomi som låg strålning och svaga magnetiska fält.

"De nya terminalerna kommer att kräva nya styrenheter samt ytterligare kabeldragning på kontoren", säger Ingvar också.

CC-projektet innehåller inte bara teknik. Det är uppdelat i fyra olika delprojekt. Ulf Broman från SJ Data svarar för delprojekt teknik, Hans Nohrenius är ansvarig för de delar av projektet som handlar om affärsutveckling. Paul Lindblom ansvarar för delprojekt personal och Åke Karlsson för den utbildning som kommer att behövas.

Stor undersökning

En kartläggning av SJR-personalens önskemål och förväntningar tillhör de första åtgärderna som vidtas inom ramen för projektet. Detta viktiga jobb görs av Pia Selkama på Stockholms Universitet. Hon gör det som examensarbete nu under sjunde terminen på P-linjen (P står för personal- och arbetslivsfrågor).

"Jag söker nu upp ett antal kontor för att fråga om förväntningarna", berättar Pia.

Undersökningen, som baserar sig på personliga intervjuer och enkäter, kommer att vara klar i maj. Samtidigt som Pia gör intervjuerna är hon beredd att svara på frågor kring hela CC-projektet.

Inblick kommer framgent att berätta mer om CC-projektets framåtskridande. Detta system är både spännande och nydanande. Det har redan mötts av beundran (och fruktan?) hos konkurrenter.

PER ERIKSSON



Joakim Lustig från Stena Line och Anders Groth på SJR Karlstad tycker båda att CC-projektet är spännande. Snart kan det komma att bli möjligt att boka i Stenas videotextsystem via vanliga terminaler.

Margot på SJR Vasagatan:

FIXAR RESAN ÅT THOR



Margot Johansson är servicelämnare i ordets rätta bemärkelse. Ingenting är omöjligt. Det kan bland andra storresenärerna på Sebra-film intyga.

MIKAEL STENBERG

Margot Johansson är verklig SJR-profil. När globetrotters som Thor Heyerdahl ska ut och resa kontaktas hon. Detsamma gäller för andra resenärer med mycket speciella krav. Margot har varit på SJ Resebyrå i 30 år. Även om rötterna finns i Värmland är hjärtat i Stockholm och arbetsplatsen på SJR Vasagatan.

DET HELA började med faktureringsarbete hos företaget Bolinder-MunkteLL. Fakturorna gick till de mest konstiga städer och länder i världens alla hörn. Arbetet som sådant var kanske inte så givande, men tände ett intresse för folk och kultur i andra länder. Sedan arbetade Margot på en skeppshandel i London under två års tid. Vid hemkomsten till Sverige söktes ett utannonserat jobb på SJ Resebyrå. Hon minns fortfarande anställningsintervjun:

"När den var färdig bad de mig att hänga upp kappan och börja jobba på en gång."

Sedan dess har det naturligtvis hänt mycket. SJR-kontoret har vuxit snabbt och Margot har hunnit med att arbeta med

många olika uppgifter. Från början var det mest inrikes tågbiljetter, sedan kom veckoresorna till fjällen. Margot har sett chartern utvecklas och inrikesflyget byggas upp till vad det är idag. Numera är världen betydligt rundare än så. Nyligen bokade Margot biljetter till Atuona och Djanet för en kunds räkning.

Atuona i Polynesien och Djanet i södra Algeriet är då rakt inte några särskilt vanliga resmål. Å andra sidan är det förvisso heller inte vilka kunder som helst som reser på dessa destinationer. Margot Johansson har nämligen ett mycket speciellt och spännande jobb. Hennes (och Håkan Johanssons) uppgift är att ta hand om de "extra krävande" resenärerna på affärsreseavdelningen. Bland de kunder som ofta ringer till Margot märks Bengt Jonson på Sebra-film i Torsby.

"Resebyråjobbet är oerhört intressant", säger Margot. "Jag skulle aldrig vilja byta ut det mot administrativa uppgifter".

Margot personifierar SJR för Sebra-film. Detta företag är vad man kan karaktärisera som en "exklusiv kund". Företaget gör främst dokumentärfilm och har hela världen som sitt arbetsfält. När resorna går till Indus-dalen, Polynesien, Korea, små filip-

pinska öar och Yemen kommer kunnande och serviceanda till sin rätt.

I bokhyllan bakom Margots skrivbord står det mängder av vykort. Det käraste kommer från Thor Heyerdahl. Det är avstämplat Påskön och avbildar en av de mystiska stenstoderna. Men där finns fler kort och andra bevis på tacksamhet.

Visst händer det att kunder hör av sig med mer än ett vykort från ett fjärran land. I vintras blev Margot inbjuden till middag i Torsby för att träffa alla Sebra-films medarbetare och resenärer. Men servicen är något alldagligt.

"När jag ändå var inne i stan i lördags förmiddags hjälpte jag en kund som ville hämta en biljet", säger hon som om det vore en självklarhet.

Bakgrunden är den att telefonen ringer på fredag halv fem. Paniken är nära för två affärsmän som ska till Köpenhamn. Broschyrerna, som skulle med trycks i Herrljunga, är inte färdiga. Resan bokas om (via tryckaren) och nya biljetter ordnas.

Margot har fler "annorlunda" kunder. Hon är något av en husleverantör för Nordiska Rådets hela resande. I mars konfererade man i Oslo och detta arrangemang omfattade ca 400 hotellnätter.

Även FN är en flitig uppdragsgivare. Margot har troligen skickat fler ut i världen på FN-uppdrag än de flesta. En formell resebekräftelse kommer från Wien eller Geneve. Sedan informeras resenären och sedan bokas biljetterna.

”Javisst är jag reslysten själv. Den första och mödosamt hopsparade resan gick till Holland.”

Sedan dess har Margot sett sig runt i såväl Europa, USA och Asien. En av höjdpunkterna var Kina, som besöktes 1982. Det var innan den stora turistvågen hit startade. Vilket resmål lockar som mest för tillfället? Riktigt gissat. Påskön. Fast det är viktigt med en fast punkt i tillvaron också.

”Kina är oändligt men Sverige är fantastiskt”, menar Margot.

Margot Johanssons fasta punkt är föräldrahemmet i Värmland. Det gäller att hålla trädgården i skick. Ett annat av fritidsintressena, släktforskning, kan med fördel utövas på hemmaplan utanför Arvika. Margot har både haft besök av barn till utvandrade släktingar och själv hälsat på i USA. Brottet är preskriberat för länge sedan så Margot vet att berättas om sin mormors morfar ur krigsarkivets rullor:

”Han dömdes för fylleri i Schleswig 1849 där han var med Kils Regimente.”

Det råder ingen tvekan om att denna form av service uppskattas. Men tid är pengar för en resebyrå. Lönar det sig egentligen att lägga ner så mycket arbete på vissa resenärer?

”Det är jag övertygad om, då kunder med stora resekonton måste få bästa möjliga service”, slutar Margot Johansson.

PER ERIKSSON



Vårens TM-seminarier

FULLBOKADE OCH BRA

Vårens travel management-seminarier är nu överstökade. Enligt utvärderingen var de mycket uppskattade av deltagarna. För många kunder innebär de starten på något nytt. SJR-arna fick tillfälle att prata ihop sig om marknadsföringen av SJR som ledande inom TM.

NÄR DETTA läses är samtliga sex travel management-seminarier avverkade. Fyra av de sex har avhållits i Stockholm, ett i Göteborg och det sista i Malmö. Samtliga seminarier har två saker gemensamt. De har alla varit fulltecknade och synnerligen uppskattade.

”Jag ringde faktiskt till de kursansvariga efteråt tackade dem för en bra kurs”, berättar Lillemor Zander på SJR Televerket.

Lillemor gick på seminariet tillsammans med två av de TM-ansvariga på Televerket. På detta stora verk funderar man sedan ungefär ett år i termer av travel management. Även om man inte har en lika väl utmejslad TM-strategi som till exempel Electrolux är intresset för ett mer kostnadseffektivt resande stort. Lillemor är tillfreds med den nivå som Televerket lagt projektet på:

”Själv gick jag tillsammans med personal- och kanslicheferna som är ansvariga för TM-arbetet och det var mycket lyckat”, fortsätter Lillemor.

Mycket lyckat

De två dagar långa träffarna var uppdelade i två delar. En del av arrangemanget var gemensamt för kunder och SJR-are. Under några pass samlades kunder för sig och personal för sig. Möjligheten att prata sig samman var viktig för personalen.

”Alla vet vad TM är men förut var det oklart om hur vi skulle prata om det med våra kunder”, menar Lillemor.

Travel management, eller TM för kort, kräver mer av resebyråerna än förr. Det står helt klart efter dessa seminarier. Margarethe Horndahl stod för ett av de mer uppskattade inslagen. Hon arbetar nu som fristående TM-konsult, men har ett förflutet som

kund. Av henne fick man lära en hel del kring vad kunder i gemen önskar sig.

TM är ett begrepp som låter höra allt mer av sig. Det har blivit något av ett modeord som används i alla möjliga och omöjliga sammanhang. Att dessa seminarier kom i rättan tid, tycks alla vara överens om.

”Att blanda personal och kunder är en genialisk idé och nu har vi en gemensam bas för fortsatta diskussioner”, menar Lillemor Zander.

Prioritera TM

Claes Leander på SJR Electrolux är också positiv till TM-seminarierna. Men hans utgångsläge är något annat än Lillemors. På Electrolux har man, som bekant, kommit mycket långt inom detta område. Koncernens ”TM-motor” Göran Tengström tillhörde de som framträdde under de sex träffarna. Han berättade om vad detta jättelika vitvaruföretag gör för att bedriva TM så framgångsrikt.

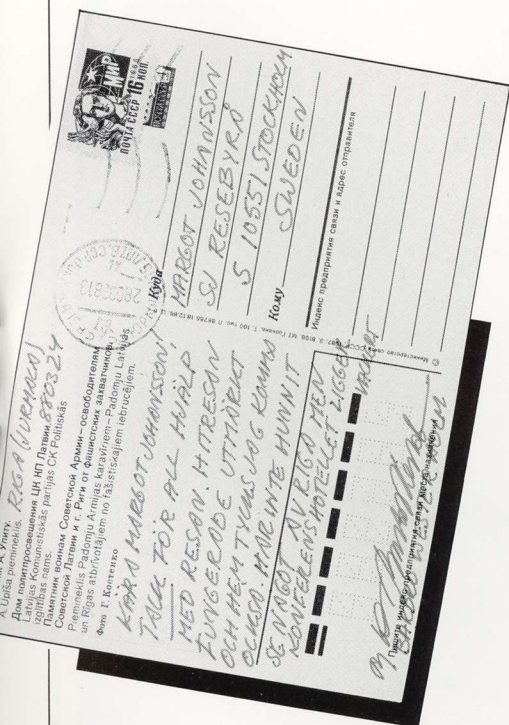
”För oss var det bra att få veta var andra företag och resebyråer står”, säger Claes.

Claes gick på seminariet tillsammans med ekonomichefen på en av kontorets lite mindre kunder, Hugin-Sweda. Även om två dagar kan tyckas vara en kort tid, är Claes säker på att ett seminarium av detta slag påverkar de som varit med:

”Jag tror att de kommer att prioritera travel management ännu högre efter detta”, menar Claes.

Betyget på TM-seminarierna är bara positivt. De kom i rätt tid och blandningen personal-kunder var bra. Felet var bara att alla var fullbokade. Det är dock inte omöjligt att det blir fler kurser av detta slag till hösten.

PER ERIKSSON



Trevliga tackkort är en stor uppmuntran, menar Margot. Här är ett vykort från Barbro Westerholm på uppdrag i Riga.



Göteborgs monter var välbesökt. Den här gamla spårvagnen från 1902 går under sommaren i trafik till Slotsskogen. Framför spårvagnen syns två göteborgare — t v Olle Olsson, informationschef vid Göteborgs Spårvägar och Kurt Tedenbrant från Danfoss AB.

BILDSERVICE

TUR 88 i Göteborg:

SMULTRONSTÄLLEN I I NÄR OCH FJÄRRAN

Resebranschens eldorado. Det är en passande beskrivning på den svenska internationella turist- och rese-mässan TUR 88. Platsen var Göteborg och tidpunkten 24–27 mars. Här kunde man hitta både nära och fjärran smultronställen. Såväl stads-hotellet i Vimmerby som Ferman-nastovan på Färöarna och turist-myndigheten på Brittiska Jungfru-öarna ställde ut.

DAGS IGEN för årets stora turistmässa, TUR 88! I år större än någonsin. Drygt 1.500 researrangörer och 60.190 besökare samsades om 10.600 kvadratmeter utställningsyta i Svenska Mässans lokaler under ett par hektiska dagar, 24–27 mars, i Göteborg.

Sveriges Turistråd förutspår att den internationella turistnäringen kommer att utgöra nästan 10 procent av den totala världshandeln 1995. Det gäller m a o att vara med och konkurrera om turisterna — och pengarna.

799 länder från samtliga världsdelar, turistorganisationer, flygbolag, färjerederier, bussbolag, hotellkedjor, språkkurser var där och visade upp sig.

Exotiska länder som Brasilien, Syrien,

Lesotho, Malta, Malawi och British Virgin Islands var med för första gången.

Här fick man möjlighet att under ett par timmar göra en resa världen över och få känna och smaka på vad andra länder har att erbjuda. Vissa montrar var fantasifullt inredda och bjöd på spännande drycker, frukter, ostar och annan förplägnad. En del bjöd på show — allt från sambationer till säckpipor.

Italienarna var värst med den största montern, 650 kvm, och massor med ditrest personal.

Kina satsar

Kina är inte lika svåråtkomligt nu som förr, och satsar stort på turismen. Under 1986 besökte 5.000 svenskar Kina och av den välbesökta montern att döma kan kineserna räkna med en fortsatt tillströmning turister.

En annan välbesökt monter — fast kanske av än mer påtaglig anledning — var Englands. Den genuina engelska puben drog många törstiga besökare. Några bobbies fanns också på plats för att svara för den allmänna ordningen.

Den extremt kalla och regniga sommaren förra året gjorde att svenskarna mer eller mindre flydde landet. Statistiken berättar att antalet charterresenärer ökade med

17 procent från 1986. Antalet flygresenärer i hela världen ökade kraftigt och nådde 1-miljardstrecket. 1986 var motsvarande siffra 955 miljoner resenärer.

Mer charter

Sverige var med och visade upp sig på mässan. Gott om fantasifulla utställare från norr till söder. Vackra bilder, hantverkare, smäländsk korv, glas m m. Stockholm var störst och Göteborg kom god tvåa. Göteborgarna hade ställt ut en fin gammal spår-vagn från början av seklet.

Låt oss bara hoppas att sommaren blir sådan, att den lockar oss svenskar att stanna hemma och utländska turister att komma hit — och återkomma.

Bussföretagen är med och slåss om charterturisterna. Drygt en miljon resenärer tog bussen från Sverige till kontinenten och 13 miljoner resenärer tog turistbussen inom Sverige förra året.

Hos Stena Line var alla välkomna ombord — och det var många som trängdes, umgicks och förplägnades.

Mitt i vimlet syntes prinsessan Lilian, som var med vid invigningen. Gladast var kanske Alf Montan från Expressen, som i år tog hem "Applåden"-statyetten. Den fick han av resevärden för sitt utmärkte sätt att bevaka och främja densamma.

BIRGITTA GRANSTRÖM



En fläkt av Brasilien och en lockande uppmaning — "Fly to Brazil".



Engelsmännen bjöd inte endast på öl vid den populära puben. Den här pianisten stod för "a touch of Music Hall".



Prinsessan Lilian var hedersgäst vid invigningen på torsdagen. Här tillsammans med Alf Montan från Expressen. Alf Montan hade dagen till ära mottagit "Applåden"-statyetten för sitt sätt att bevaka och främja resevärden.



Hans Nohrenius inleder SJ Resebyrås miniseminarium kring travel management på TUR 88. Många ville veta mera.

BILDSERVICE

SJR arrangerade **VÄLBESÖKT TM-SEMINARIUM**

Inte bara exotiska resmål drog intresset till sig på TUR 88. Travel management var också en publikmagnet. Det står klart efter SJ Resebyrås TM-seminarium på TUR 88. Ytterligare en sak står absolut klar. SJR är marknadsledande inom området.

ISAMBAND MED TUR 88 på Svenska Mässan i Göteborg arrangerade SJR ett miniseminarium på temat Travel Management. En succé skulle man kunna säga. Intresset var nämligen långt större än man på förhand ens kunnat drömma om. Den sal som först bokades räckte inte till för alla som föranmält sig. Det blev helt enkelt tvunget att byta till ett större konferensrum, som kunde härbärgera de sammanlagt 135 besökarna.

"Intresset för seminariet var stort", säger Ulf Fälthén som är SJR-chef i Göteborg. "Vi har definitivt satt en boll i rullning."

Inte bara detta miniseminarium var eftertraktat. Även platserna på det "riktiga"

TM-seminariet i Göteborg den 12–13 april (Sheraton Hotel & Towers) är sedan lång tid tillbaka slut.

Sparade pengar

Hans Nohrenius inledde det blott tims-långa seminariet. Han berättade lite om travel management i allmänhet samt SJR och satsningen på travel management i synnerhet. Sedan var det dags för AB Hässles inköpschef Göran Jacobsson. Göran beskrev utförligt hur hans företag under förra året lyckats spara 700.000 kronor på sina rese-kostnader genom att samarbeta med SJR.

"Vi lyckades uppenbarligen så ett frö hos flera företag", berättar Göran Jacobsson som fått åtskilliga påringningar från frågvisa företagare efter seminariet.

Visst ligger det i tiden för företagen att resa billigare och bättre. Bland besökarna på detta SJR-arrangemang märktes travel managerns och resebeställare från såväl stora koncerner som lite mindre företag. På den digra deltagarlistan hittar vi även representer från handelskammaren och flygbo-

lagsfolk.

"Dessutom var ett antal av våra konkurrenter på plats", myser Ulf.

Konkurrenterna lyssnade

När Göran Jacobsson och Ulf Fälthén hade berättat om hur man gått tillväga fanns det plats för några frågor och svar. En av frågorna kom, naturligt nog, att handla om samarbetet mellan kund och resebyrå. För i tiden var det inte ovanligt att det fanns något av en osynlig motsättning mellan resebyrå och kunden. Resebyrå styrdes av sin provision och ville sälja dyrt, medan kunden ville resa billigt.

Travel management innebär att man måste hitta nya betalnings- och samarbetsformer. Något som SJR och AB Hässle lyckats mycket bra med. Så här löd Göran Jacobssons summering:

"Båda parter ska tjäna på travel management. Vi har hela tiden haft ett perfekt samarbete med Ulf och den övriga SJR-personalen."

PER ERIKSSON

SJR på Arlanda

BJUDER PÅ BRA VÄDER

Kom in och få väderprognosen för ditt resmål. Den servicen erbjöd SJR de som flög utrikes från Arlanda under april. Samtidigt informerades det om våra tjänster och travel management.

SJ RESEBYRÅ BJUDER resenärerna i Arlandas utrikes avgångshall på tidningen Outlook och aktuellt väder. Under april månad har SJR och Eurocard en gemensam monter i avgångshallen utanför passkontrollen för dessa utåtriktade aktiviteter.

"Vi ser väderservicen som en kul grej för att kunna få berätta lite om oss och travel management", berättar Claes Leander.

De resenärer som stannar upp får ett exemplar av Outlook i handen samt det aktuella vädret på sitt resmål. Via en persondator hämtas kontinuerligt aktuella femdygnsprognoser hem från SMHI. Sammanlagt finns det väderuppgifter för 117 städer världen över.

"Prognoserna är riktigt användbara", berättar Rigmor Rindstål som står i montern på Arlanda.

Enligt uppgift slår det förutspådda vädret in till 80 procent på den sista dagen i prognosen. Inte illa, med tanke på att den omfattar fem dygn. Vill resenären ta med sig en utskrift till London, Köpenhamn, Singapore eller vart nu resan bär så går det bra.

Det står en laserskrivare i montern för snabba utskrifter.

"Vi delar monter med Eurocard som delar ut Official Airlines Guide", berättar Rigmor vidare om detta samarbetsprojekt.

Förutom väderservice finns det även andra tips att tillgå för vissa orter. Valutainformation och avstånd från flygplats till centrum är några sådana uppgifter. Dessa upplysningar uppdateras emellertid inte lika ofta som vädret.

"På sikt är det inte omöjligt att systemet kompletteras ytterligare med färsk information", fortsätter Claes. "Sådan information kan till exempel röra stora arrangemang som mässor."

Även om denna service ute på Arlanda bara finns under april kan det mycket väl bli en fortsättning. En lämplig form för elektroniskt lagrad information av denna typ är videotextsystemet SJR Direkt. Här kan SJR-kunder själva boka biljetter och vad är då naturligare än att även erbjuda information kring väder, arrangemang, restauranger med mera.

PER ERIKSSON



Rigmor Rindstål från SJR (till vänster) och Eurocards Lou Frölen i den gemensamma montern på Arlanda. Man informerar om väder, OAG och travel management.

ANSLAGSTAVLAN

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

NY PRIVATRESEBUTIK

SJ Resebyrå kommer att starta en privatresebutik under eget namn och med egen profil i Sundsvall. Den nya butiken är tänkt att fylla det hål som uppstod på marknaden när Resespecialisterna slutade med sin privatförsäljning. Butiken håller just nu på att inredas. Inblick återkommer med fler detaljer.

NÄSTA INBLICK

Utgivningen av Inblick nummer 3 är planerat till omkring den 20 juni. Skicka oss gärna artikelförslag eller annat material som du tycker passar. Via Inblick når du alla SJR-are landet runt. Material till nästa utgåva bör vara redaktionen tillhanda senast den 31 maj 1988. Adressen är: Inblick, Publicistgruppen, Drottninggatan 80, 111 36 Stockholm. Eller slå Per en signal på 08-10 30 30.

POW-WOW!

Bakom denna kryptiska beteckning döljer sig en såväl spännande som gigantisk amerikansk resestämma. I nästa nummer av Inblick kommer Magnus Briggert att lämna sin personliga rapport.

GRATTIS GÖTE

Vi vill härmed överrätta en symbolisk blomma till numrets jubilar. Göte Rörgren fyller 60 år i den vackra vårmånaden maj och vi gratulerar.

RESANS DAG

arrangerades av SJR

I GISLAVED OCH VÄXJÖ

Resans Dag 88 har nyligen arrangerats i Gislaved och Växjö av respektive SJR-kontor. På båda orterna blev det succé. TV-kändisen Carl-Uno Sjöblom, lättmält information blandat med tipstävlingar gjorde sitt till. Ett utmärkt sätt att möta privatresenärerna på, säger man på de båda resebyråerna.

EN UTSTÄLLNING i resor. Så kan man karaktärisera Resans Dag 88 i Gisleparken i Gislaved lördagen den 30 januari. I denna så kallade "workshop" hade allmänheten möjlighet att höra föredrag, fråga ut researrangörer, bläddra i kataloger samt se Carl-Uno Sjöblom som kombinerad konferencier och underhållare.

Sven-Erik Ericson på SJR i Gislaved är arrangemangets primus motor. Han har tagit med sig idén från den resebyrå han tidigare drev i Värnamo. Detta var tredje gången han gjorde en Resans Dag.

"Inspirationen kommer naturligtvis från de årliga stora resemässorna", berättar Sven-Erik Ericson.

En informativ och trevlig eftermiddag, var en vanlig åsikt bland publiken. Sven-Eric och de andra på SJR i Gislaved har gjort ett stort organisatoriskt jobb. Man hade tänkt på allt, till och med gratis bus-sar som hämtade och lämnade deltagare i Anderstorp, Hestra, Smålandsstenar m fl orter. Konferencier och underhållare, allt i ett, var Carl-Uno Sjöblom. Kan han något om resebranschen?

"Jag har faktiskt själv arbetat som reseledare på 50-talet", berättar Carl-Uno Sjöblom i en paus. "Dessutom är jag omåttligt road av geografi."

Längtar ut

Av frågor och publikens intresse att döma längtar man allt längre och längre ut i världen. Nya Zealand och Australien är en dröm för många. USA är kanske inte längre en dröm, utan ett fullt möjligt resmål tack vare den nu förhållandevis låga dollarkursen. Resor slutar aldrig att locka, sa en besökare och tillade att pudersnön i Alperna lockar lika mycket som stranden på Gran Canaria.

"Mitt eget smultronställe?", säger Carl-Uno och smakar på frågan. "Det är nog Österrike, men hemma i Vaxholm är det inte dumt heller."

En av höjdpunkterna var naturligtvis dragningen i den tipstävling som arrangerades. Under jubel från den fullsatta dansrotundan i Gisleparken (411 deltagare kunde räknas in) avhämtades första och andra priset, presentkort på 3.000 respektive 2.000 kronor.

En vecka senare var det dags för Resans Dag 88 i Växjö. Platsen var Kaskad, Folkets Park och stämningen var redan från början hög. Det var fritt fram för besökarna att ställa frågor till såväl SJ Resebyrås representanter som researrangörerna.

Aven här märktes Gullivers, Ölve-marks, Swansons, Fritidsresor, Stena



Mats Ölve-mark svarar på Carl-Uno Sjöbloms och publikens frågor om företagets specialitet, busscharter i Europa.

Line, Linjeflyg, Lion Tours, Lion Ferry, Europa Touring och TT-Line bland de medverkande researrangörerna.

"Vi började planera inför Resans Dag redan i höstas", berättar Bertil Petersson-på SJR i Växjö.

Radion sände

Temadagen blev också här uppmärksam-mad i lokalpressen. Inte nog med det, även lokalradion var på plats. Sporrade av framgångarna, lovar Bertil att detta arrangemang kommer att bli en tradition. Nästa år kommer man tillbaka; ett löfte till Växjö-borna.

"En av fördelarna med arrangemang av detta slag är att de finansieras av de deltagande arrangörerna", berättar Bertil vidare.

De deltagande researrangörerna stod själva för sina kostnader. SJR stod för det, i och för sig omfattande, planerings- och koordineringsarbetet. Både Sven-Erik och Bertil tipsar om att detta är en bra aktivitet som har stort uppmärksamhetsvärde.

"Men jag tror att det passar bäst i mindre städer", säger Sven-Erik. "I storstäderna riskerar man alltid att försvinna bland alla andra arrangemang."

"Det här är en mycket bra typ av marknadsföring", kommenterar Hans Nohrenius på huvudkontorets marknadsavdelning.



Dansen fick tråda tillbaka i Gislaved denna lördag. Dansrotundan fylldes då av vetgiriga resenärer på SJ Resebyrås initiativ.

PER ERIKSSON



Reslustan är SJR Östersunds egen privatresetidning. Här satsar man offensivt på privatförsäljningen. Tidning, lokal mässa och minikontor är några av initiativen.

MIKAEL STENBERG

”Stenis” i Östersund gör PRIVATFÖRSÄLJNINGEN LÖNSAM

SJR i Östersund satsar offensivt på privatresor. Vi ska visa att man kan sälja privata resor med samma lönsamhet som affärsresor, menar man. Receptet heter marknadsföring. Egen tidning, lokala mässor och minikontor är bara några av aktiviteterna.

SJR HAR ETT viktigt försteg framför konkurrenterna. I sortimentet ingår såväl privat- som affärsresor. När andra resebyråer en efter en slutar att sälja semester har SJR ett stort tomrum att fylla. Privatförsäljningen hos SJR är levande, men det är möjligt att göra ännu mer. Av den totala faktureringen inom SJR svarar affärssidan för omkring 70 procent. Resterande 30 procent faller på det privata resandet.

Av detta skäl är det lätt att försäljningen av privatresor hamnar lite i skymundan. Men hos SJR i Östersund har man inte på något sätt glömt sina privatresenärer. Vem kommer till exempel inte ihåg när man förra året hyrde hela badhuset för sin egen privatresemässa? Mer än tusen biljetter såldes och succén var given. Nu har man slagit till igen.

”I början av året distribuerade vi ut en

egen tidning på temat privatresor”, berättar Sten-Göran Andersson.

SJR slår till

I tabloidtidningen Reslustan fick länet alla hushåll en fullödlig presentation av SJR, ett flertal resmål samt några av de olika leverantörerna av privatresor. Allt skrivet på ett lättligt och trevligt sätt. Hela tidningen har producerats lokalt och bland skribenterna märks till exempel Moltas Eriks-son och Peter Mosskin. Den lokala anknytningen är fullständig.

”Visst är det lättare att tjäna pengar på affärsresor”, säger Sten-Göran Andersson. ”Men vi ska visa att det går att göra privatsidan lika lönsam.”

En av anledningarna till att affärsresor har bättre lönsamhet är, enligt ”Stenis”, att det krävs mer personal vid försäljning av privata resor. Marknadsföring är en annan dryg utgiftspost. Men det går att få volym också på de privata resorna. Det visar SJR i Östersund, som säljer 60 procent affärsresor och 40 procent till privatpersoner.

Ser vi till privatförsäljningen är marknadsföringen ytterst viktig. På detta område flödar onekligen de friska greppen i Östersund. Alla medarbetare har fullständig frihet under budgetansvar. Bland idésprutorna märks, förutom Sten-Göran själv,

främst Anders Larsson och Anders Tages-son. Minikontor är ett nytt grepp som prövats med framgång.

Ambullerande kontor

Ett av problemen för SJR Östersund är upptagningsområdets storlek. Det är svårt att nå ut i hela länet. Det finns flera tidningar och inte mindre än sex olika telefonkataloger. Var ska man annonsera? Det är här minikontoren kommer in.

”Vi upprättar lokala SJR-kontor i ICA-affärer under någon dag och säljer bra”, fortsätter Sten-Göran.

Man har haft kontor av detta slag på orter som till exempel Ånge och Bräcke. Här är folk verkligen inte bortskämda med att få denna personliga reseservice på orten. Med en annons i tidningen är det lätt att dra folk till dessa ”fältkontor”. Försäljningsframgångarna låter heller inte vänta på sig.

”Vår privatförsäljning ökar starkt”, konstaterar ”Stenis” förnöjt.

Men man skördar inte frukterna av en tidning som Reslustan på en gång. Det är en investering för framtiden och det dröjer till hösten innan man kan mäta ett uppsving. Man vilar inte på lagrarna. Det finns fler idéer och vi kan förvänta oss nya initiativ.

PER ERIKSSON

Australien per buss

KLIPPOR, KOALOR OCH BAD

Australien är populärt. Alla typer av resenärer söker sig till kontinenten "down under". Turister, affärsmän, globetrotters och släktresenärer tycks trivas lika bra. Många åker, som Karin Höglund, på bussluff med en snålt tilltagen budget. Det är nödvändigt att i förväg bestämma vad som ska ses, menar Karin. I alla fall när resan bara är fyra veckor kort.

HELA RESAN var väldigt spännande från början till slut. Vårt intryck av Australien var att det var väldigt rent och snyggt överallt. Papperskorgarna användes till det de var till för. Skräp slängdes inte hur som helst. Restaurangerna, hotellen och vandrarhemmen var likaså i genomsnitt fräscha och fina.

I början av januari kom vi till Sydney. Där var det 30 plusgrader och kallare än så blev det inte så länge vi var i Australien. Resrutten blev följande: Sydney — Canberra — Melbourne — Adelaide — Ayers Rock — Alice Springs — Townsville — Cairns — Brisbane — Port Macquire — Sydney. Det som imponerade mest var klippan mitt i öknen, Ayers Rock, och det stora barriärrevet.

En rak väg

Efter en dryg vecka började vi närma oss Ayers Rock. Vi hade klivit på bussen i Ade-



Karin med en koala på axeln. Koalan är typisk för Australien. Världens gulligaste djur säger många.



Operahuset i Sydney är den näst mest välkända siluetten. Pampigt, javisst. Men så kommer "skalet" från svenska Höganäs.

laide och skulle avverka ca 350 mil i den. Bussresan gick bra. Det var, som tur var, lite folk med på bussen så det var möjligt att breda ut sig på ett dubbelsäte.

Bussen startade sent en eftermiddag och efter några timmar blev det mörkt. Var fjärde timme stannade sedan bussen för paus. Det var inte många kurvor efter vägen mot Australiens mitt. Det var raksträcka så långt ögat kunde se.

Vid lunchtid dagen därpå nåddes målet. Vi skulle bo på ett sk lodge i Yulara, byn strax bredvid själva klippan. Nu var det bara att försöka anpassa sig till värmen.

32 km från Ayers Rock ligger en annan stor klippformation som heter The Olgas. The Olgas är av någon anledning inte lika kända som Ayers Rock, trots att the Olgas både är högre och består av flera klippor. Anledningen till att Ayers Rock är vida berömd beror sannlikt på att det är den största klippan i världen bestående av en sten samt att den ligger så otillgängligt till. Det är ju ingen som vet hur det egentligen har hamnat där.

Att beskåda Ayers Rock i solnedgången är mäktigt imponerande. Klippan ändrade färg allteftersom dagsljuset försvann...

Inte nog med detta. Klippan skulle bestigas också! Morgonen därpå vid sjutiden, innan solen hunnit allt för högt upp på himlen, började klättringen. En timme tog det att gå upp och lika lång tid att gå ner igen. Klockan sju var det 32 grader varmt och när vi var nere igen hade det stigit till 42 grader plus.

Underliga fiskar

Efter Ayers Rock och Alice Springs fortsatte resan till nästa höjdpunkt: det stora barriärrevet. Vi började med att göra bekantskap med staden Townsville. Där besöktes bland annat ett stort center med akvarium, filmvisning och information om barriärrevet.

Vi fick veta att revet är ca 2000 km långt och att det är världens största skapelse gjord av levande organismer.

Det måste vara grunt, klart och salt vattnet med en temperatur mellan 20 och 35 plusgrader för att korallrev ska kunna bildas.

Väl i Cairns gjorde vi en utflykt till en väldigt liten, men äkta, korallö. Ön hette Green Island. Själva ön och det intilliggande revet är naturreservat och nationalpark. På stranden gick det att plocka snäckor som såg ut som pärlmemor eller bara stå på strandkanten och titta ut i det turkosa, klara vattnet och se färggranna och underliga fiskar.

Jag skulle kunna berätta mycket mer om vad vi fick se och uppleva i Australien, t ex om koalan som lever där. Världens gulligaste djur, tycker många. Den lever av blad från eucalyptusträd... eller om det pampiga operahuset i Sydney som förresten har fått sitt "skal" från Höganäs i Skåne... eller om djungelpromenaderna i Kuranda, en liten by norr om Cairns... eller om...

KARIN HÖGLUND
SJR PK-BANKEN