

# Inblick

ÅRG 1, NR 2

FÖRETAGSTIDNING FÖR ANSTÄLLDA INOM SJ RESEBYRÅ.

MARS 1986



13 resebyråer

## TAR NED SKYLTEN

och flaggar upp SJR

Nu storsatsar  
SJR på

**FRITTE SOM  
PARTNER**

**TYCK TILL PÅ  
ANSLAGSTAVLAN!**

**PROFILEN  
I VÄST:  
TORSTEN**

Ny SJR-chef i norr:

**STOR-  
RESENÄR**

*bakom disken*

Västerås

**UTMANAR**



Västerås-byrån utmanar sin bjässe till konkurrent:  
**"NU SKA VI TA MARKNAD  
 - BÅDE PÅ PRIVAT OCH AFFÄRS"**



12 av SJR-Västerås 20 anställda: Från vänster Arne Ericson, Malou Hektor, Kerstin Karolin, Harding Söderlund, Marie Nilsson, Ingrid Eriksson, Charlotte Nordström, Lars Gassby, Lena Nielsen, Eva Fransén, Lena Karlsson och Jan Bergström. Saknas på bilden gör Thomas Waldorf, Kristina Erling, Eva Jonsson, samt från andra kontoret Eva Norén, Anna Karlsson, Dennis Holgersson, Maria Andersson och Birgitta Sandström.

*I trånga och varma lokaler i affärscentrums utkant hittar man 15 tjugondelar av SJ Resebyrå i Västerås. De övriga delarna — alltså fem medarbetare — håller till i ett kontor i en annan utkant av centrum.*

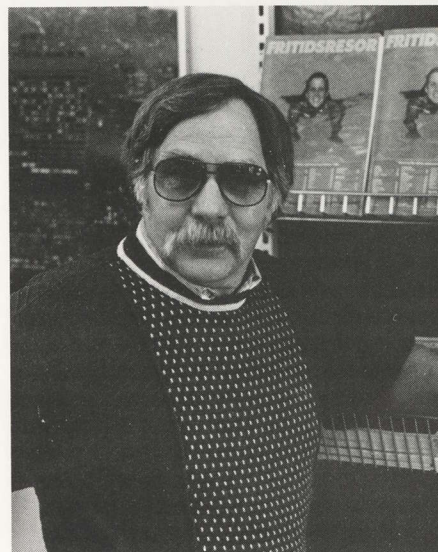
*"Men snart blir det ändring, säger byråns chef Arne Ericson med entusiasm. I maj flyttar vi till dubbelt så stora lokaler mitt i centrum"*

DESITTER nästan i knät på varann, folket inne på SJRs "huvudkontor" på Sturegatan i Västerås. Fönster finns bara i chefen Arne Ericsons rum, de andra får lita till watt och ampere för att kunna se vad de jobbar med. Vid ett bord sitter fyra personer, och det säger sig självt att när alla talar i telefon, blir det mindre bra med hörbarheten.

Men trängseln är snart ett minne blott. Om några månader flyttar SJR till lokaler i två plan på Stora Gatan, mitt i "smeten" i centrum.

"På bottenvåningen ska vi sälja privatre-

sor", säger Arne Ericson och skrattar under valrossmustaschen. "På övervåningen blir det affärsresor. Det kommer att bli bra."



Arne Ericson har varit chef för Västeråskontoret i tre år.

Han ser verkligen fram mot flytten, Arne Ericson. Det är ju inte bara trångt i de gamla lokalerna, det är också struligt att ha byrån uppdelad på två kontor. Det andra, mindre, ligger på Vasagatan. I tre år har Arne Ericson varit chef för byrån, men han har varit här mycket längre.

"Flyttade hit till Västerås för att kanske stanna några år", berättar han. "Men på den vägen är det."

### Stor marknad

SJR är lillebror i resebyråfamiljen i Västerås. Storebror, det är Resespecialisterna, och han är mycket större. Nästan 10 gånger så stor, faktiskt, om man ser till omsättningen. Men SJR har tänkt att växa till sig för att kunna fylla ut de stora nya lokalerna.

"Här i Västmanland finns ju en mycket stor marknad för affärsresor", säger Arne. "Länet domineras av stora industrier med mycket utlandsaffärer. Asea är förstås bjässen. Gränges Metallverken i Västerås, Bulten och Kanthal i Hallstahammar, Virsbo Bruk längre norrut, för att nämna några andra. Affärsresorna är vår viktigaste marknad, de har 60 procent av vår verksamhet.





Lena Nielsen är ansvarig för försäljningen av privatresor.

Men ändå har vi bara 10 procent av hela marknaden. Resespecialisterna har 90 procent."

Det har Arne Ericson och SJRs personal tänkt att ändra på. Att bara sitta på kontoret och hoppas att Asea eller något annat storföretag kommer in och ber om deras tjänster är inte deras stil. De jobbar hårt med kundbesöken för att knappa in på Resespecialisternas försprång.

"Vi söker upp företagen och berättar vad vi kan ge dem för service", säger Harding Söderberg, som säljer affärsresor. "Och ännu viktigare: vi lyssnar på vilka önskemål de har. Det kan gälla ett direkttelefonnummer till oss, eller längre kredittider."

"Det är ju så i den här branschen att man måste kunna erbjuda något extra för att kunna konkurrera. Vi diskuterar nu vad vi kan bli bäst på, men visst handlar det om att ge personlig service."

Harding Söderberg är ny på SJR, han kom för drygt tre månader sedan från Reso i samband med sammanslagningen.

"Samgåendet med Reso var ett lyft för SJR", säger han. "Bland annat för att SJR fick datorerna med Fritidsresors alla bok-

ningar, vilket ju innebär en mycket snabbare och smidigare service till kunderna."

### Ökade 20 procent

Ansvarig för privatresorna är Lena Nielsen. Hon har arbetat på byrån i fyra år, efter avslutat gymnasium. Hon sitter ute vid disken och tar emot kunder denna vintriga tisdagförmiddag. Det är ingen rusning, men kunderna droppar in med jämna mellanrum. De nya sommarkatalogerna har ju kommit och många bokningar görs. Tågbiljetter säljs också mycket.

"Vi sålde 275 "fritte", Fritidsresor alltså, i januari", berättar Lena. "Resespecialisterna sålde 278, så där är vi jämnstora. Cypern, Kreta och Grekland säljs mycket här i Västerås. Och USA har börjat öka."



Lars Gassby hjälper en kund.

"Många ungdomar väljer långresor. Vi säljer biljetter till länder som Australien och Nya Zeeland. Och Transsibiriska, förstås, men där är det fullbokat ända till oktober. Just långresorna är något jag tror vi skulle kunna specialisera oss på. Vi skulle kunna pressa priserna.

Det är genom de nya lokalerna och nysatsningarna på både affärs- och privatresesidan som kontoret ska öka försäljningen. Och man är på god väg, i fjol ökade omsättningen med 20 procent.

"Det ska bli 25 procent i år — utöver det som vi får över från Reso", säger Arne Ericson segervisst.

THOMAS KANGER



Trångt och varmt, men i maj flyttar SJR-Västerås till nya luftiga lokaler.

# HALLÅ DÄR



Hallå där Olle Borg, som varit på resebyråorganisationen Woodsides framtidssymposium i Atlanta, Georgia. Har amerikanerna något att lära oss?

J A, NÄR DET GÄLLER affärsresandet ligger amerikanerna långt framme i samarbetet mellan kund och resebyrå. Bland annat var det intressant att studera vilka välutvecklade system byråerna har för "kickbacks", dvs rabatter och återbäring till kunden.

Nu har ju de amerikanska resebyråerna friare händer att utforma egna system eftersom en stor del av affärsresandet är inrikes. Inga IATA-regler att ta hänsyn till, alltså."

Hur ser då framtiden ut för affärsresandet?

"Med hjälp av datatekniken kommer en massa rutiner att förenklas. Behovet av resandet kommer att finnas kvar, servicekraven kommer att öka och kvalitetsaspekten kommer att bli allt viktigare. Kunden kommer att kräva att få vad han verkligen vill ha, till rätt pris och levererat på rätt sätt."

Kontokortsföretag, flygbolag och stora travel management-system — alla vill de sälja biljetter direkt till affärsresenären. Blir det någon marknad för de vanliga resebyråerna?

"Ja, resebyråerna är ju ofta integrerade i nya system som byggs upp. Men visst blir det tuffare, och vi måste aktivt delta i utvecklingen. Står vi stilla är vi illa ute. Jag brukar säga att framtiden ligger i våra egna händer.

På SJR kommer vi att utbilda oss bättre, rådgivningsfunktionen kommer att öka och det blir allt viktigare med bra leverantörskontakter, både inrikes och internationellt.

Mycket av det enkla resandet kommer kunden att kunna boka själv via data, så man kan säga att resebyråernas framtid ligger i de mer komplicerade resorna."

Är det trevligt på så'n här symposier?

"Ja, man träffar alltid kunder och kollegor, även om det ofta är ett väldigt fullspäckt schema. Man hinner inte mycket mer än att äta och prata — något nöjesliv har man sällan tid med.

Det är angeläget att följa med den internationella utvecklingen, och inte minst att själv vara ute och resa då och då för att veta vad man håller på med."

CALLE NORLÉN

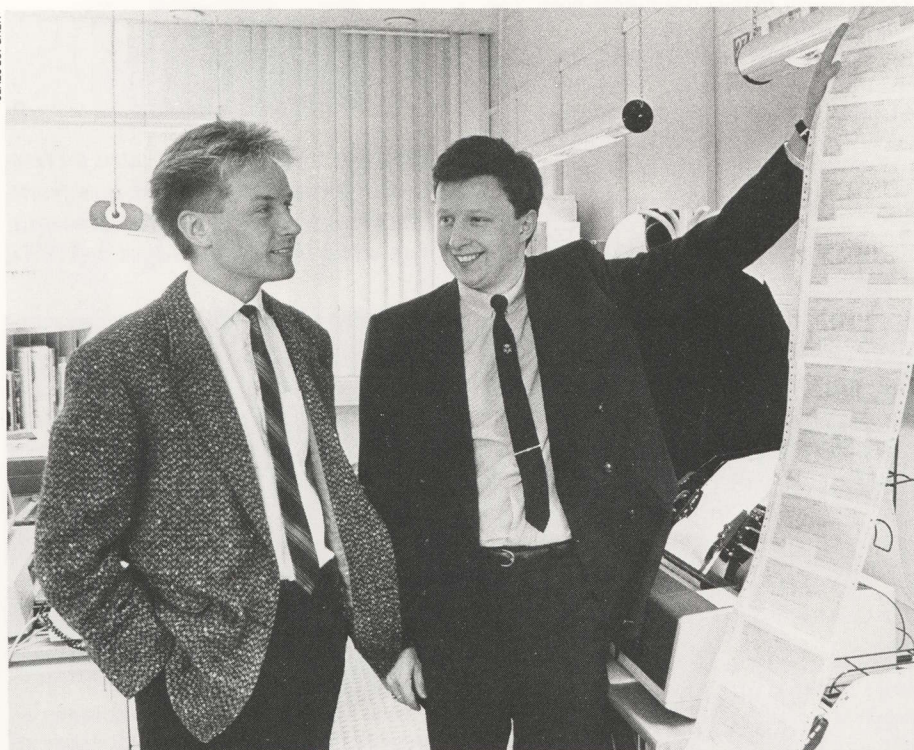


*Felet med "ettan" och "tvåan":*

# LITE FÖR BRA UTBILDNING

för SJRs säljare

CLAES LOFGREN



Både veteranen Fredrich Dahlman och eleven Christer Ekenstein tycker att säljtvåan är värdefull för affärsresenärer.

*I år ordnar SJR fem kurser av vardera säljettan och säljtvåan. I säljettan skolas alla nykomlingar i företaget och i säljtvåan undervisar försäljarna i affärsresor.*

”GE DIN VÄN en fisk och han har mat för dagen. Lär honom att fiska och han har mat för livet”.

Utifrån den gamla kinesiska filosofin skickar Fredrich Dahlman sina säljare på kurs. Vitsen med SJRs säljutbildning, säljettan och säljtvåan är inte bara att lära folk hur de ska sälja. Försäljare är de redan.

Det handlar om säljkonst.

”Vi använder aldrig ordet säljteknik. Utbildningen ska ändra försäljarnas inställning till kunden. Ingen får tänka: Fy fan, nu kommer det en kund till”, säger Lars Schölander på Scandinavian Retail Center (SRC) som håller i kurserna.



Lars Schölander lär SJRs försäljare säljkonst.

SJR har en lång utbildningstradition. Redan på 1950-talet gick före marknadschefen Bengt Andersson sin första kurs. Den nuvarande säljettan och säljtvåan startade 1972. SJR brukar köra tre kurser av vardera typ om året. I år ökar man till fem kurser.

”Vi har massor med nykomlingar som ska skolas, dels på grund av en rekryteringsvåg, dels på grund av övertagandet av Reso-kontoren”, berättar Hans Bäckman, ansvarig för privatresor i Norden.

De senaste tre åren har konsultfirman SRC svarat för säljteknik och säljkonst i vår utbildning.

Konsulternas mål är att höja säljarnas känsla för kvalitet. Det kan hänga på små detaljer om en kund ska komma tillbaka till byrån. Hur snabbt svarar ni i telefonen till exempel?

”Försäljarna måste bry sig om kunden och ta reda på vad han eller hon är ute efter. Det går inte an att skicka en resenär som vill ha lugn och ro till Las Palmas till exempel. Många är blyga för att fråga ut kunderna. Det försöker vi tvätta bort”, förklarar Lars Schölander.

Ett annat vanligt misstag är att överdriva resans fördelar, eller att framhäva det låga priset för mycket.

”Vi vill få försäljarna mindre prifixerade. De flesta av SJRs kunder är trygghetsresenärer och bryr sig inte så mycket om priset.”

## Haka på köpsignaler

Christer Ekenstein jobbar på SJRs resebyrå på Electrolux i Stockholm. Han gick säljettan i december förra året. I januari var det dags för säljtvåan som Christer hade extra stor nytta av, eftersom han enbart säljer affärsresor.

”Utbildningen är oerhört värdefull. Man får lära sig att känna igen köpsignaler och haka på innan kunden ångrar sig”, berättar Christer.

Lars Schölander lär sina elever att servicen är extra viktig när de ska sälja affärsresor. Christer Ekenstein håller med.

”En affärsresenär är faktiskt mer prismedveten än en privat kund. Det är viktigt att hänga med i biljettsystemen och kunna erbjuda alternativ. Man måste ha fantasi och vara beredd på att kunden ändrar sig flera gånger. Det har vi fått lära oss.”

Christer Ekenstein efterlyser en fortsättning på säljtvåan.

”Jag saknar en uppföljning med byråchefer. I dag finns det en risk att idéerna som kläckts på kursen blir hängande i luften.”

## Lite för bra

En försäljare måste vara lite av psykolog. Säljettan och säljtvåan består till 40 procent av produktkunskap och till 60 procent av ren säljkonst. Hans Bäckman betonar att



”Det är många som ska skolas genom utbildningen”, berättar Hans Bäckman, ansvarig för privatresor i Norden.

det är skillnad på att vara lyhörd för kundens köpsignaler och att direkt manipulera folk.

”I stället för att lura på folk en dålig bil övertalar vi dem att satsa på sin egen trevnad. Det är absolut inget fult i det.”

Det finns bara en nackdel med SJRs säljutbildning. Den är för bra.

”Våra försäljare blir attraktiva på arbetsmarknaden. Det är bara vi som har en planerad utbildning för försäljare. Tyvärr köps många över av konkurrenter”, konstaterar Hans Bäckman.

JOHANNA KRONLID



Per Öhman är en av SJRs färskaste chefer:

# BAKOM RESEDISKEN EFTER 10 ÅR SOM STORRESENÄR



Per Öhman trivs som chef för SJ Resebyrå i Härnösand. Inte minst tack vare att han själv slipper resa.

*I mer än tio års tid var Per Öhman ständigt på resande fot, som inköpare åt Kooperativa förbundet och säljare åt Nordchoklad.*

*Nu räknas han till männen i den gyllene medelåldern, 39 år noga räknat. Hustru, två små barn, och hus utanför Härnösand gör honom mindre benägen att resa.*

**S**Å PER ÖHMAN har slutat resa — sedan ett shalvår tillbaka säljer han resor som chef för SJ Resebyrå i Härnösand.

Per Öhman är lugn, väljer sina ord med noggrannhet utan att för den skull verka saktmodig. Lite av Bengt Westerberg, om liknelsen tillåts. Dock utan dennes minneskapacitet.

”Jag har väl ingen humanistisk skolning att tala om, men för ett tag sedan försökte jag lära in ”Näcken” av Stagnelius, det är det svenska diktverk som är mest harmoniskt, påstås det. Men det gick inte”, säger Per och skrattar.

## 1.100 hotellnätter

Född på söder i Stockholm. Uppvuxen i de norra förorterna och i Dalarna. Efter studentexamen aspirant hos KF som betalade

hans utbildning på Hermods.

”Diplomerad företagsekonom, tror jag visst att det heter. Motsvarar en halv fil kand.”

Inköpare av glas på KF och säljare åt Nordchoklad i mellan-Norrland. Ständigt på väg någonstans. Per Öhman led inte av någon ”hotellöd” — men önskade något nytt.

”Karin, min fru, räknade ut att jag på nio

år haft 1.100 hotellnätter. Jag lärde mig ganska bra att ha mitt eget liv, trots hotell-livet — besökte bibliotek, gick på bio och sånt.”

”Men nu har jag inte bött på hotell på ett halvår. Det sjuder lite i blodet... Inte så konstigt när man som jag rest i så många år.”

Stora arbetsgivare som KF och SJR, skräms inte Per Öhman av. Den stora organisationen representerar för honom resurser och pålitlighet. Det stora företagets svaghet är samtidigt dess styrka: Trögheten.

”Jag trivs i det stora företaget, där man mer ser till helheten.”

## Affärsresor viktigast

SJR:s största marknad är affärsresorna. Det är också en marknad som Per Öhman ska satsa på, utnyttja sin säljferm och aktivt gå ut och erbjuda företag och institutioner SJR:s tjänster.

”Det är affärsresorna vi ska klara oss på. På en tuff marknad är det på affärsresorna vi kan öka vår andel.”

Själv tillhör han den kategori som reser minst privat och följaktligen sällan ses bläddra i resebroschyrerna på Köpmangatan — medelålders, gift (Karin som är banktjänsteman) och barn (Åsa, 4 år samt Eva, 3 år). På sommaren brukar han dock ta familjen med sig på några dagsturer med den drygt sex meter långa segelbåten. Det är tillräckligt för att tillfredsställa reslusten.

”Båten heter också ”Assez”, vilket betyder tillräckligt på franska.”

Mer är egentligen inte att säga: Han älskar Norrland och trivs med att slippa resa själv. Men någon gång kanske han förverkligar sin drömma, målet heter Nya Zeeland.

GUNNAR SUNDELL



Robert ”Robban” Hallin skriver ut några biljetter under överinseende av Per Öhman.



*”Våldsammaste förändringen vi kan påminna oss”:*

# SÅ SMÄLTER 13 KONTOR IN I ”NYTT” FÖRETAG



I elva år fick Resoskylten sitta kvar på byrån i Söderhamn innan den lyftes ner.

Den första januari åkte Resos skylt ned från kontoret i Söderhamn. Upp kom SJR-skylden istället. Övertagandet av Reso-kontoren har betytt mycket jobb – både för de 90 nyanställda försäljarna och för nya arbetsgivaren, SJR.

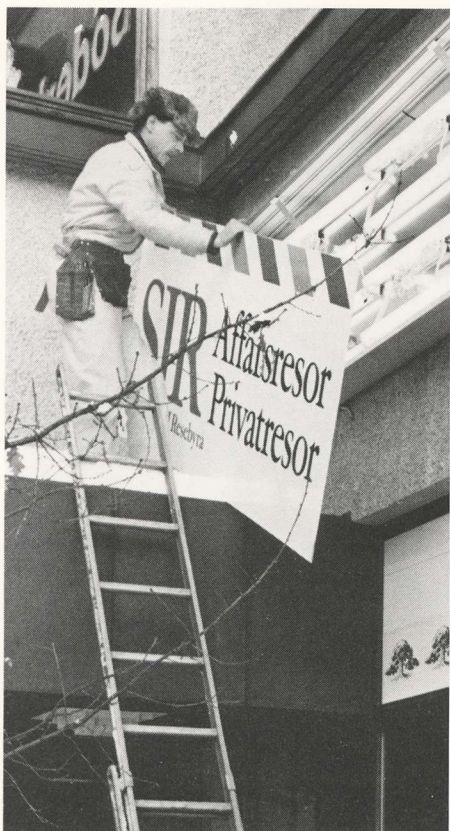
DET ÄR RÖRIGT på före detta Reso-byrån i Söderhamn. Sedan SJR tog över byrån har personalen haft fullt upp med att ställa om sig till de nya rutinerna. Samtidigt är kunderna minst lika många som vanligt inför höstsäsongen.

”Jag har inte haft tid att känna efter hur det känns att plötsligt tillhöra en annan re-

sebyråorganisation. Det enda jag märkt är att vi har en ny skylt som det står SJR på”, kommenterar byråns chef Gun Olsson förändringen.

”Just nu har vi det rätt stökigt här. Det blir lite vimsigt i början när alla ska lära sig nya blanketter och ett nytt system samtidigt. Men sådant får man leva med och ta





Ett enkelt handgrepp...

som en träning. Det gäller ju bara en övergångsperiod."

Det är lite stökigt överhuvudtaget på SJR just nu. Aldrig tidigare har företaget ökat sin etablering så mycket på så kort tid. Den totala personalstyrkan har utökats med 90 personer under hösten 1985 i och med övertagandet av de 13 Reso-kontoren.

### Trög start?

"Normalt ökar vi etableringen med ett kontor per år. Det här är den våldsammaste förändring vi kan påminna oss. Det finns en risk att den nya personalen upplever starten som lite trög i utbildningshänseende och information från huvudkontoret", säger Hasse Norenus.

"Vi hinner helt enkelt inte med sådant nu. Bara administreringen och lönehanteringen av 90 nya människor kostar resurser. Att övertagandet av Reso-kontoren trots allt har gått så smidigt beror på individuella initiativ dels från vår personal, folk som ställt upp som faddrar till exempel, dels från Reso-personalen som funnit sig till rätta så snabbt."

Resos kontor i Söderhamn öppnade den första januari 1975. Exakt elva år senare gick kontoret över i SJRs ägo. SJR är tre gånger så stort som Reso var och Gun Olsson var lite orolig, innan övertagandet för att den nya arbetsgivaren skulle vara centralstyrd med tungrodd administration. Farhågorna har inte besannats.

"SJR känns inte alls som ett jätteföretag. Jag har bara stött på trevligt och vänligt folk i Stockholm. Det är lätt att få kontakt med våra chefer. Det behöver faktiskt inte vara hårda tuffingar för att leda ett stort företag."

"En fristående resebyrå måste ha viss bestämmanderätt", betonar Gun Olsson.

"Vi ser ju hur konjunkturen i Söderhamn är. Om inte Stockholms riktlinjer



...byrån byter utseende...

stämmer med vår verklighet här måste vi kunna diskutera instruktionerna. Det verkar SJRs ledning förstå."

### Kunderna stannar

För att vara ett Reso-kontor hade Söderhamns byrå en ovanligt stor andel affärsresenärer. Cirka 60 procent av byråns omsättning kommer från företag. Gun Olsson är säker på att få behålla de kunderna.

"Vi har inte fått några negativa reaktioner på övertagandet. När vi meddelade de stora kunderna om omläggningen var de bara intresserade av om samma personal skulle jobba kvar. Därmed var de nöjda."

Några nya kunder har dykt upp sedan

SJR tog över.

"Det har kommit någon affärsresenär som tycker att det är bekvämt att boka tåg via oss istället för från järnvägen. Sen har vi ju vissa privatresor nu som inte fanns med i Resos utbud, Royal Tours till exempel."

Byrån i Söderhamn har en god lönsamhet och de anställda var aldrig oroliga när Resos planer på att avyttra kontoret blev kända.

"Vi hade andra seriösa köpare som låg efter oss. Det var aldrig tal om nedläggning", berättar Gun Olsson.

### Utbildning så småningom

I Söderhamn har SJR tagit över Resos lokaler och döpt om kontoret. Men i de flesta fall har Resos personal och verksamhet förts över till SJRs byrå på orten.

"På det sättet får vi en ny kundvolym i redan existerande lokaler. Det höjer lönsamheten i de kontoren, genom att kostnaden per kund blir lägre", förklarar Olle Borg.

Så småningom ska den nya personalen utbildas av SJR.

"Vi ska undervisa personalen och lära dem vilka idéer vi har, vilka krav och vilken målsättning. Vi har vår kultur, som skiljer sig från Resos. Reso jobbar mest med privatresor, medan vi i huvudsak ägnar oss åt affärsresor, till exempel," säger Olle Borg.

SJR har infört datoriserade rutiner i större utsträckning än Reso. Flera av de övertagna kontoren har fått nya terminaler med ett större boknings- och biljettsystem än de hade tidigare.

"SJR har liksom fler administrativa bestämmelser än Reso. Vi måste prova de nya rutinerna ett tag till innan vi kan svara på om SJRs strängare riktlinjer är bättre eller sämre", säger Gun Olsson och betonar att personalen så här långt är positiva till övertagandet.

"Vi trivdes bra med Reso, men vi har inte gjort något dåligt byte."

JOHANNA KRONLID



... och Söderhamn har fått sitt första SJR-kontor.



*Torsten Johanson är en av SJRs "längsta" profiler:*  
**"DET FINNS ALLTID BEHOV AV EN PROFFSIG RESEBYRÅ!"**



Efter 38 år i resebranschen går Torsten Johanson i delpension.

*Få i vårt avlånga land kan resebyråbranschen bättre än Torsten Johanson.*

*Det är 38 år sedan han stegade in till SJ Resebyrå i Borås för att börja sitt jobb.*

*Sen dess har han varit företaget troget och i dag basar han för kontoren i Göteborg med 60 anställda och en omsättning på 200 miljoner kronor. Borås-byrån hade då för 38 år sedan en årsomsättning på 640.000 kr och 14 anställda.*

OM MAN SOM Torsten Johanson har arbetat 38 år i samma bransch, då kan man den naturligtvis på sina fem fingrar. Lika naturligt är det att karriären börjar lida mot sitt slut. Den första april är det tänkt att Torsten Johanson ska gå i delpension, men då har han ytterligare ett par år kvar på sitt kontrakt.

Trots all erfarenhet anser Torsten Johanson inte vara sig fullärd.

— Nej, det blir man aldrig i det här yrket

och det är en del av tjusningen. Det kommer ständigt fram nya resmål och de gamla förändras. Det är viktigt att hålla sig ajour med alla nyheter för att kunna vara med och konkurrera.

Vad har då varit det bästa med att arbeta inom resebyråbranschen?

”Kontakten med så många positiva människor. Resandet i sig är positivt och något folk ser fram emot med stora förväntningar. Sedan har arbetet aldrig varit monotont och det är en stor tillgång.”

Minustecken? Finns det sådana?

”Nja, det är som med lumpen; man kommer bara ihåg det roliga. Generellt sett har det annars varit jobbigt att arbeta med så små marginaler. Lönsamheten är ju inte den bästa och mycket arbete läggs ner för att hålla kostnaderna nere.”

Torsten Johanson har tack vare sitt arbete fått förmånen att besöka i stort sett alla världsdelar. Det är bara Australien som har klarat sig undan ett besök. Kanske det går att råda bot på när han får lite mer tid över som pensionär.

Att det blev just resebyråbranschen för Torsten Johanson får tillskrivas slumpen. Han är född i Uddevalla men växte upp i

Tranås. Torstens far arbetade för Televerket och det innebar en del flyttande i Väst-sverige. 1940 kom familjen till Borås och mitt under brinnande krig sökte Torsten arbete hos SJ. Året var 1944.

**”Fullärd blir man aldrig i det här yrket, det är en del av tjusningen.”**

”Jag visste väl inte vad jag ville syssla med, men fick arbetet på SJ. Till en början arbetade jag som växlare innan jag kom in på biljettexpeditionen.

Kommer faktiskt ihåg min första kund. Det var en dam som skulle ha en biljett mellan Borås och Fritsla. Min andra kund var en herre som behövde en biljett till Norge för att åka med Hurtigrutten. Han frågade mig om jag visste hur stora båtarna var och för att slippa fråga mina arbetskamrater drog jag till med att de var lika stora som Gotlandsbåtarna.

Jag hade aldrig sett vare sig Gotlandsbåtarna eller fartygen för Hurtigrutten. Nu



visade det sig att beskrivningen stämde ganska bra, men efter den händelsen bestämde jag mig för att aldrig ljuga mer.”

**”Resandet är något positivt. Något som folk ser fram emot med stora förväntningar.”**

1948 blev Torsten Johanson uppringd av SJ Resebyrå och blev erbjuden jobb. Han stannade i Borås fram till 1959, då han tog familjen till Falun och tog hand om resebyråverksamheten där under fyra år. Nästa anhalt blev Örebro och en längre sejour innan Göteborg lockade 1981.

Svenskarna är i dag ett resande folk. Många har råd att åka utomlands en gång om året och affärsresor har ökat i ännu högre utsträckning.

**När jag träffar Torsten Johanson måste därför frågan komma upp: vilka är skillnaderna mellan 40- och 50-talets resebyråverksamhet och dagens?**

”Tågbiljetter var betydligt krångligare på den tiden medan det var ovanligare och lättare med flyget. I dag är det precis tvärtom. En resa mellan Borås och Rom krävde då tio biljetter och man var tvungen att räkna ut kostnaderna för varje lands biljetter i deras valuta. I dag klarar vi samma sträcka med en biljett och allt är uträknat i svenska kronor.”

**Hur ser då framtiden ut för branschen?**

”Finns ingen anledning att misströsta. Många menar att datan kommer att ta över

**”Det är som med lumpen — man minns bara det roliga...”**

och att kunderna kan beställa biljetter från hemdatorn. Men jag tror att det alltid kom-



Torsten Johanson har besökt alla världsdelar — utom Australien.

mer att finnas behov av en proffsig resebyrå. I första hand för att det finns så många tider och ändringar att passa.

Visserligen ökar konkurrensen hela tiden. Inte minst från flygbolagen som försöker komma in och sälja direkt. För resebyråbranschen gäller det att hänga med i den tekniska utvecklingen och ha en bra utbildad personal för att kunna erbjuda kunderna hela lösningar.”

**Serviceandan? Har den förändrats under de här åren?**

”Rent generellt tror jag att den var högre när jag började. Det hindrar dock inte att vi inom företaget har många duktiga ungdomar med den rätta servicekänslan.

A och O måste vara att inget är omöjligt för att hjälpa kunden, men då får det också kosta en slant.”

**Har resebyrån fått kämpa i motvind för att den kopplas ihop med SJ?**

”Gör vi en tabbe så får vi en hel del stryk. Men jag tycker det är bra att vi behållit namnet. För många kunder kan det också vara en trygghet att anlita ett företag där

det inte är någon risk för exempelvis konkurs. Dessutom har det gett mig många tillfällen att marknadsföra SJ Resebyrå.”

**”A och O måste vara att inget är omöjligt för att hjälpa kunden, men då får det också kosta en slant.”**

Torsten Johanson har som sagt fått resa mycket i tjänsten och landet framför andra är England. Varje år brukar det bli en tripp till England med några kollegor för att bli titta på favoritsporten fotboll.

Att besöka Storan i Göteborg hör också till favoritsysselsättningarna liksom att åka ner till sommarstället i Träslövsläge. Ska vi gissa att sommarhuset i Halland blir flitigare besökt nu när pensionen börjar närma sig för Torsten Johanson — veteran i resebyråbranschen.

JAN-OLOF EKELUND



En enda gång under sin långa karriär har Torsten Johanson ljugit för en kund.



**Namn:** Torsten Johanson.  
**Yrke:** Resebyråchef.  
**Familj:** Hustru Karin och barnen Anders (bankman) och Anita (sjukvården).  
**Bostad:** Lägenhet i centrala Göteborg.  
**Hobby:** Musik, sommarhuset, fotboll (Blå-vitt), promenader och resor.  
**Dricker:** Ytterst måttligt.  
**Röker:** Nej, nej, nej!



Resespecialisterna tog efter SJR-initiativ:

# INTE BARA FÖRDELAR MED TIMDEBITERING

av de stora affärskunderna

CLAES LOFGREN



"Vi kommer förmodligen bara att använda timdebitering på de allra största kunderna", säger Fredrich Dahlman.

För ett år sedan började SJR debitera en del stora affärskunder timarvode på försök. Nu har Resespecialisterna — med en hel del marknadsföringsbuller — bakat på det initiativet och infört timdebitering för alla sina affärsresekunder.

Men det är ett system som inte bara innehåller fördelar...

RESPECIALISTERNAS nya satsning på affärsresenärer oroar inte SJR.

"Vi har inte tappat några kunder hittills. Jag tror inte att kvalificerade inköpare i näringslivet går på Resespecialisternas reklam", säger Fredrich Dahlman, SJRs försäljningschef för affärsresor.

Resespecialisterna ändrade sitt betalningssystem för affärskunder i höstas. Istället för att försörja sig på provisionen från leverantörerna debiterar Resespecialisterna nu kunden per timme.

Även SJR har nosat på det här betalningssystemet. SJR införde timdebitering på prov med några av de största affärskunderna förra vintern, bland annat med Saab-Scania.

"Vi var faktiskt först i branschen med det här systemet. På sikt ska vi avskaffa provisionssystemet och ersätta det med timdebitering. Men först måste vi prova det ordentligt med några stora viktiga kunder, så att vi vet vad vi ger oss in på", förklarar Fredrich Dahlman.

"Förmodligen kommer vi inte att använda timdebitering på alla affärskunder, utan bara på de största."

## Minskar beroendet

Tanken bakom det nya betalningssystemet är att förstärka banden med kunden och minska beroendet av leverantören. Reseförsäljarnas intäkter ska komma från kunderna och inte från SAS eller SJ.

"Genom det här systemet kan vi garantera att vi ger kunden den bästa lösningen, eftersom de inte vill betala för ett dåligt jobb. Ett klassiskt trick vore att debitera kunden och sedan ge tillbaka endast en del av provisionen i rabatt", säger Fredrich Dahlman.

"Personligen tror jag att Resespecialisterna drabbar kunden med högre totala resekostnader. Tar de för mycket betalt av kunden, riskerar de att kunden väljer att anställa någon för att göra resebyråns jobb."

## Mätproblem

Det finns nackdelar med timdebiteringen. Bland annat uppstår problem när försäljarna ska mäta tiden.

"Dels är försäljarna för hyggliga när de ska debitera tiden och förkortar den. Dels finns det en risk för att kunden förkortar samtalet när denne vet att det kostar pengar. Det kan betyda att försäljarna inte hinner redogöra för alla alternativ. Dessutom blir försäljarna stressade av att titta på klockan hela tiden."

En sak är klar; timkostnadssystemet kommer aldrig att införas på privatresor.

"Nej, det hoppas jag verkligen. Det kan vara svårt att motivera för en privatkund varför man slänger fram en nota på 150 kronor för ett försäljningsamtal", säger Fredrich Dahlman.

JOHANNA KRONLID

**Nu tjänar vi pengar på att sänka dina reskostnader.**

Både du och vi har i alla år levt med en paradox. Ju dyrare resor vi bokar, desto mer pengar tjänar vi på dem. Ju snabbare vi kommer sälja en resa, desto fler resor har vi hunnit sälja på en dag. Och desto mer pengar tjänar vi på dem.

**Nu inför vi återbäring på affärsresor.**

Både du och vi har i alla år levt med en paradox. Ju dyrare resor vi bokar, desto mer pengar tjänar vi på dem. Ju snabbare vi kommer sälja en resa, desto fler resor har vi hunnit sälja på en dag. Och desto mer pengar tjänar vi på dem.

Nu har vi båda samma intresse av att lösa den billiga affärsresan för dig, om det är en billig affärsresa du vill ha. Vi har.

**Hjälp oss boka affärsresan, var med och dela på vinsten.**

Ju dyrare resor vi bokar, desto mer pengar tjänar vi på dem. Ju snabbare vi kommer sälja en resa, desto fler resor har vi hunnit sälja på en dag. Och desto mer pengar tjänar vi på dem.

Stöd oss för alla andra resor. Alla resor, oavsett om de är affärsresor eller semesterresor. Vi har ett system som gör det möjligt.

Resespecialisterna gick ut hårt i marknadsföringen av sin nya timdebitering.



# 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.

## ANNE-MARIE OCH HENNES KOLLEGER I KATRINEHOLM:

Vi tycker att det skulle vara en fördel att ha fler ambulerande tjänstemän, distriktsvis, som kan "hoppa in" vid sjukdom, tjänsteresor etc. De skulle genom sin uppdelning på de olika distrikten kunna vara insatta i grunderna för "sina" kontor. En service för våra kunder: att alltid ha kompetent personal som kan ge råd och information.

## ANDERS TAGESSON, ÖSTERSUND:

Norrland skulle behöva ett ökat samarbete inom regionen. Vi är på gång med att ta upp kontakter med de övriga kontoren för att börja samarbeta. Det skulle innefatta samannonsering för t ex week-end-paket till Stockholm, London etc. Vår nackdel här i Norrland är avstånden. Vi behöver visa vår marknad att avstånden inte spelar någon roll, att vi kan minska avstånden. Vi behöver också minska avstånden internt mellan kontoren. Gemenskap, ett viktigt slagord! Vi hade tänkt oss week-end-möten distriktsvis med produktionsinformation, information om marknaden, försäljningsresultat, underhållning etc. Finns det några aktiviteter av detta slag på andra håll i landet?

Vi har dessutom ett starkt önskemål att HK sänder ut aktivitetsplanen redan i nov/dec så att vi på kontoren kan checka av de centrala kampanjerna innan vi utarbetar våra egna lokala aktiviteter. En kollision är ju onödig.

Dessutom skulle HK behöva resa runt lite oftare till de olika kontoren. Det ska väl inte behöva ta två år innan man ser någon från HK!

Vi hoppas att detta ska bli ett bra kommunikationsmedel och att vi kan få igång en konversation och informationsutbyte mellan kontoren.

## LASSE NILSSON, SJR, KARLSKRONA:

Varför kan vi inte tipsa varandra om lite smått och gott! Den här anslagstavlan kommer nu att bli ett bra kommunikationsmedel som vi bör använda oss av. Vad vi här i Karlskrona främst tänker på är prisberäkningar. Det är ju ständiga prisvariationer. Vi här nere i Blekinge har t ex utarbetat speciella priser på resor med flera destinationsmål. Ett exempel: Ronneby – Stockholm – Paris – Köpenhamn – Ronneby – Stockholm. Vid ett köp av denna typ av resa får man den sista flighten, Ronneby – Stockholm för 120 kronor. Det kan bli en fin week-end-resa ett par månader efter det att man kommit hem ifrån Paris. Ett tips till kontoren i Kalmar, Växjö, Kristianstad!

SJR, BORLÄNGE, NILS HAHNE: Tack vare personlig kontakt med Ulf "Lill-Pröjsarn" Nilsson har vi hockeybiljetter till NHL New York. Ring Anders eller Ove för mer information.

Vi har ett specialarrangemang under 1986 och till karnevalen 1987 i Rio de Janeiro. Tala med Ove.

Eller varför inte en special-resa till Berlin, New York, Honolulu, Hawaii?

En del av vad vi kan erbjuda från Borlänge. Vad har ni?

## MATS BORÉN, NORRKÖPING

Ett inlägg angående SJRs hotellavtal. Det borde göras något åt det. I det stora hela är ju avtalet perfekt. Vi styr kunderna till vissa hotell för att på så sätt få specialpriser och allotment, allt för att knyta kunden hårdare till oss.

Det finns dock en lång lista på felaktigheter och brister i avtalet och dess skötsel.

Om vi nu har en hårdatsning på hotellsidan med nya avtal etc måste något hända med voucherredovisningen. Att en kupong som inte utnyttjats till sitt fulla pris bara försvinner till HK utan någon som helst information till berörd resebyrå är en direkt mistroendeförklaring mot systemet.

Vi på resebyråerna som bokar ett hotellrum till en kund och ger honom en kupong på rumspriset får alltid reda på om kupongen inte räckte vid betalning av hotellrummet. Där emot, när rummet inte var så dyrt som vi trodde och kunden betalar för mycket, då får vi ingen påminnelse om att vi skall betala tillbaka pengar, som kunden givetvis tror att vi får.

Vi borde alltså får reda på både för stora, respektive för små inbetalningar av HK för att vi ska kunna ha en chans att ha viss kontroll över våra kunder och det vi debiterats.

Till sist, varför inte starta SJR Hotellservice. En central som har hand om bokningar, voucherredovisning och som kan sköta all information hotell – central – SJR beställare.

## BÄSTA SJR-KOLLEGA!

Dessa sidor, denna tavla, är vikt för dig och för dina korta tips och synpunkter till andra SJR-are runt om i Sverige. Här ska vi informera varandra om nyheter som är direkt användbara i jobbet – eller bara roliga att känna till. Här kan du också göra efterlysningar, framföra åsikter. Och så vidare. Välkommen med dina bidrag. Inför nästa nummer behöver vi dina rader eller ditt telefonsamtal före 15 april!  
Redaktionen.



Adjö till Atlas som A-partner:

# AMERA SATSNING PÅ "FRITTES" PAKET

# FRITIDS RESOR PARTNER



*Vid årsskiftet sade SJR adjö till Atlas som samarbetspartner och välkomnade istället ett fördjupat samarbete med Fritidsresor. Bytet innebär att SJR riskerar att förlora försäljning av Atlasresor. Men också att SJR kan dra nytta av nya resurser via samarbetet med Fritidsresor.*

UPPSÄGNINGEN AV A-samarbetet mellan Atlas och SJR skedde i samförstånd. Atlas har sedan en tid gått in för att själva ta över försäljningen av sina resor. Därför drog många SJR-försäljare en lättadad suck när Atlas försvann som A-partner.

"Nu gäller klara direktiv. Beslutet att avveckla Atlas som A-partner har tagits emot väldigt positivt av våra byråer", säger Johan Ekengren, ansvarig för paketresor utom Norden.

"Atlas har ju agerat mot avtalets målsättning den senaste tiden och ofta gått förbi resebyråerna i kontakten med kunden. Det har irriterat byråerna."

Atlas har som målsättning att öka sin egen försäljning via de egna resebyråerna till mellan 70 och 75 procent på tre år. Den målsättningen gick inte att förena med samarbetsavtalet.

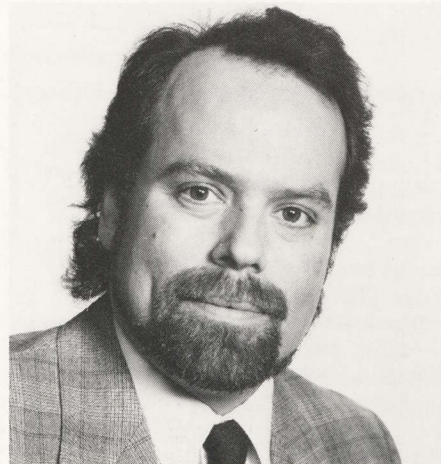
"Vi var helt överens med Atlas om uppsägningen. De förstod vår sats", säger Johan Ekengren och betonar det fortsatta goda samarbetet med Atlas.

"Vi har ett vanligt säljavtal med Atlas nu. De finns naturligtvis med i vårt sortiment i framtiden också, men vi erbjuder dem inte

i första hand längre om inte kunden speciellt frågar efter dem."

## Inte råd att mista Atlas

Atlas är, tillsammans med Fritidsresor, SJRs största leverantör av privatresor. Om Atlas lyckas i sin målsättning att överta 75



**Johan Ekengren är inte orolig över förlusten av Atlas som A-partner.**

procent av försäljningen själva riskerar SJR ett ekonomiskt avbräck. Johan Ekengren är dock inte speciellt orolig.

"Om Atlas säljer 75 procent av sin omsättning själva och vi kan ta större delen av de återstående 25 procenten är det ändå mer än vi hade när Atlas var vår A-partner."

"Men vi har absolut inte råd att mista Atlas som leverantör. Den produkten är bra och det finns en klar efterfrågan efter deras

resor. Dessutom har de en hög återresefrekvens. Hur hög vet bara de själva, men de ligger klar tvåa efter Fritidsresor", förklarar Johan Ekengren.

Det fördjupade samarbetsavtalet med Fritidsresor ger SJR en ny ekonomisk fördel, så det finns ingen anledning till oro inför framtiden.

"Vi hoppas fylla igen den förlust som Atlas egen försäljning eventuellt kan skapa med Fritidsresor och Royal. Fritidsresor har utökat sitt program rejält och vi satsar speciellt på dem nu", berättar Johan Ekengren.

Den 8 och 9 januari hade SJR ett seminarium i Stockholm tillsammans med Fritidsresor där riktlinjerna för det nya samarbetet drogs upp.

"Där pratade vi väldigt lite om produkten och mer om förbättringar av samarbetet. Vi diskuterade allt från detaljer som skyltmaterialet i butikerna, (som levereras för dåligt) till vårt nya intima samarbete i datorisering."

"Vi får använda Fritidsresors datakapacitet fullt ut, vilket ger oss en ny värdefull resurs i vårt arbete. De tillåter oss till och med att använda deras system för våra affärsresor, där Fritidsresor inte är inblandade."

Övertagandet av Reso-kontoren hjälper också SJR att täppa igen hålet efter Atlas.

"Reso är ju delägare i Fritidsresor och de kontor vi har tagit över har en stor försäljning av deras resor. I och med övertagandet ökar vi Fritidsresor så att de blir dubbelt så stora som Atlas", säger Johan Ekengren.

**JOHANNA KRONLID**