

SJ-NYTT

NR 15

10 OKTOBER 1986

ÅRG 44

SJs PERSONALTIDNING

SJ Resebyrå

SJ Resebyrå

atlas

Flyg-Centralen

Lufthansa



**Vill du resa
till Timbuktu
och jaga tropiska fjärilar?
Snacka med SJR
— dom fixar resan!**

Fotnot, apropå omslagstexten: Staden Timbuktu var ofta resmålet för äventyrare i slutet av 1800-talet. Den ligger numera i staten Mali i Västafrika.



FAR OCH FLYG

men låt gärna SJR ordna resan

SJ Resebyrå, SJR, är landets största resebyrå med 79 säljkontor på 50 platser.

Det är en "fullservicebyrå", där man säljer såväl privat- som affärs- och tjänsteresor med alla slags färdmedel: tåg, båt, bil och flyg.

Intet mål får vara resebyråns främmande; dit kunden vill dit kommer han, så gott som alltid, med hjälp av SJR.

□ En grupp amatörbiopplare ville åka till Australien och träffa likasinnade.

Det var i stort sett vad sällskapet visste. Sen ordnade SJR resten!

Med hjälp av sina väl upparbetade kontakter – det kan vara ambassader, handelskammare, stora resebyråer m m – letades australiska amatörbiopplare upp och det svenska sällskapet fick all övrig teknisk hjälp för att studieresan skulle bli lyckad.

SJ-NYTTs fotograf passar på att be-

rätta om sina erfarenheter av SJR: Han och några kamrater ville flyg storstaden och komma långt ut i obygderna en vecka i smällkalla vintern.

– Ska bli, svarade säljaren på SJR och det blev en vecka helt enligt önskemålet.

Sällskapet åkte först tåg uppåt landet, hämtades med taxi vid stationen och sista biten fick de på skidor tolka efter en man som förde dem till den gudsförgätna stugan!



– Allt klaffade perfekt och billigt var det, säger fotograf Nyström.

Unik utbildning

– Jag tror vi är kända för vår professionalism, vår erfarenhet och vårt kunnande, säger *Nisse Persson*, chef för Vasagatan 22 i Stockholm, som är den största byrån med 150 anställda.

– Vår personal har genomgått vår unika och eftertraktade två-åriga utbildning där teori och praktik varvas.

I gatuplanet ligger privatreseavdelningen.

Redan utanför kan man av skyltningen se att här säljs minsann inte bara tågresor.

På ett stort blädderblock står dagens resemeny, skriven för hand. Man kan åka till solen en vecka för 1 900 kr. Då flyger man förstås charter.

– Men tåg är vår största intäktsdel, den står för 60–65 procent, säger chefen *Owe Sivertsen*.

– Fördelningen är ungefär lika på svensk och internationell järnväg.

Under sommaren är tågresandet som störst.

Då förstärks personalstyrkan som normalt är 35 personer till 50. Ändå kan det inte hjälpas att det bildas köer.

– Vi stänger 17.30 men den sista kunden brukar gå vid 19.30-tiden.

– Det märks att tågresandet har ökat, det är som om tåg fått en bättre image igen och det är roligt.

– Vi är snart den enda resebyrån som intresserar sig för privatresor, säger resebyråchefen *Nisse Persson*. Fle-
ra av våra tidigare konkurrenter har övergått till att enbart sälja affärsresor.

Fel namn?

Är SJR ett bra namn? Kan folk inte förledas tro att här bara säljs tågresor?

– Frågan har stötts och blötts i många år, svarar *Nisse Persson*, som inte själv vill yppa någon offentlig åsikt.

– SJ står för styrka, för det gedigna, svarar *Erik Nilsson*, nybliven marknadschef för SJR.

– Efter mer än 20 år i branschen har jag fått en god uppfattning om vad som fungerar. Därför ville jag till SJR.

Mest tjänsteresor

Affärsresandet svarar för 75 procent av omsättningen mot 25 procent för privatresor.

SJR i Kalmar är Europas vackraste resebyrå, enligt Lufthansa. Byrån öppnade 1965 i en annan lokal, med Nils-Erik Franzon som chef. Första året var omsättningen en miljon. Idag omsätter man ca 50 miljoner; 1/3 är privatresor och 2/3 affärsresor.

Från början såldes bara privatresor, med tåg och båt. Det var 1915 och SJ öppnade därmed landets första resebyrå, i Stockholm. Året därpå öppnades ytterligare ett kontor i Stockholm, på varuhuset NK.

1923 var det Göteborgs tur och året efter var det dags för kontor i Berlin, London, Paris och New York.

På 60-talet kom charterresorna med flyg till solen söderut.

Prisjägare

På 70-talet tog affärsresandet fart på allvar. Svenska företag reser alltmer och allt längre bort.

Affärsresandet ökar med ett par procentenheter per år, trots en allt bättre reseplanering.

För många företag börjar resekostnaderna dock bli betungande.

För att få kontroll över dessa kostnader har vissa företag börjat utbilda egna prisjägare, så kallade travel managers.

– Andra företag inser att de kan få den bästa hjälpen av en kvalificerad resebyrå som SJR, säger *Stig Sönnnerberg*, chef för affärsresesektionen på Vasagatan 22 i Stockholm.

Sektionen är en stor enhet på 35 personer som omsätter 140 miljoner per år.

Marknadsdjungel

– Marknaden är en djungel av priser och klasser, priserbjudanden och rabatter. I USA, exempelvis, varierar flygpriserna dag för dag.

– Vi har kunskapen och överblicken i en omfattning som en enskild kund aldrig kan ha.

– Vi sköter företagets totala reseplanering, om det är en helkund.

– Vi hjälper till att välja fördelaktigaste resväg och transportmedel, vi bokar hotell, ordnar hyrbil med mera.

Lönsamt pussel

Förr fanns bara första klass och turistklass på flyget. Bensinpriset låg stadigt fast och dollarn var stabil.

Därför kunde biljettpriser anges i tidtabellerna. Billigaste sätt att ta sig från punkt A till punkt B var en rät linje.

Idag kan kunden spara mycket pengar genom att ta en krokigare väg och pussla ihop delsträckorna.

Men detta förutsätter som sagt ständigt aktuell information och kunskaper som varje enskilt företag omöjligt kan ha.

SJR bevakar att alla möjligheter till fördelaktiga specialavtal med reguljär-taxi- och charterflyg, tåg, biluthyrning, hotell tillvaratas.

Skräddarsydda resor

En viktig avdelning heter specialresor, det vill säga affärsresor i grupp.



SJR fixar resan

30 personer arbetar med att försöka skräddarsy resor för olika ändamål.

– Vi vet vart man ska vända sig om man är intresserad av licenser, miljöforskning, arkitektur eller vad det nu kan vara, säger *Peter Hellman*, chef för specialresor.

– Vi arrangerar seminarier och hjälper till med andra förberedelser.

– Ofta fungerar vi som konsulter och det händer ofta att vi föreslår ett annat resmål än det kunden från början tänkt sig.

SJR har till och med en egen, heltidsanställd reseledare, som följer med på större, viktiga konferens-, kongress- och andra företagsresor över hela världen!

På längre resor kan det vara skönt att ha en erfaren person till hands, menar *Peter Hellman*.

Vissa företag är så stora resekunder att SJR flyttat in hos dem i så kallade resetjänster. Kunden står för lokalen och SJR för personal och övriga kostnader.

Sådana resetjänster finns hos Electrolux, IBM, PKbanken, Saléns, SIDA, Riksdagen för att nämna några. De flesta resetjänster finns i Stockholm.

Den största resebyrån, Vasagatan 22, omsätter, tillsammans med resetjänsterna i Stockholm, 550 miljoner om året.

Hektisk puls

På plan tre, affärsreseavdelningen, känns en snabb, närmast hektisk puls.

Personalen sitter vid terminaler, i te-

lefon eller rör sig halvspringande mellan borden i det stora kontorslandskapet.

Hela världen är deras arbetsfält.

I New York ligger folk och sover, i Japan håller de på att gå och lägga sig, men det hindrar inte arbetet här på SJR.

Tidsskillnaderna är inga hinder, inte så mycket annat heller, tycks det.

Komplicerade resebeställningar klaras av otroligt snabbt. Att detta är möjligt beror på snillrika och välfyllda databanker.

Snabba terminaler

Via SMART-terminalerna kan försäljarna kommunicera med bland annat SAS, SJ och norska Braathen och direkt beställa biljetter.

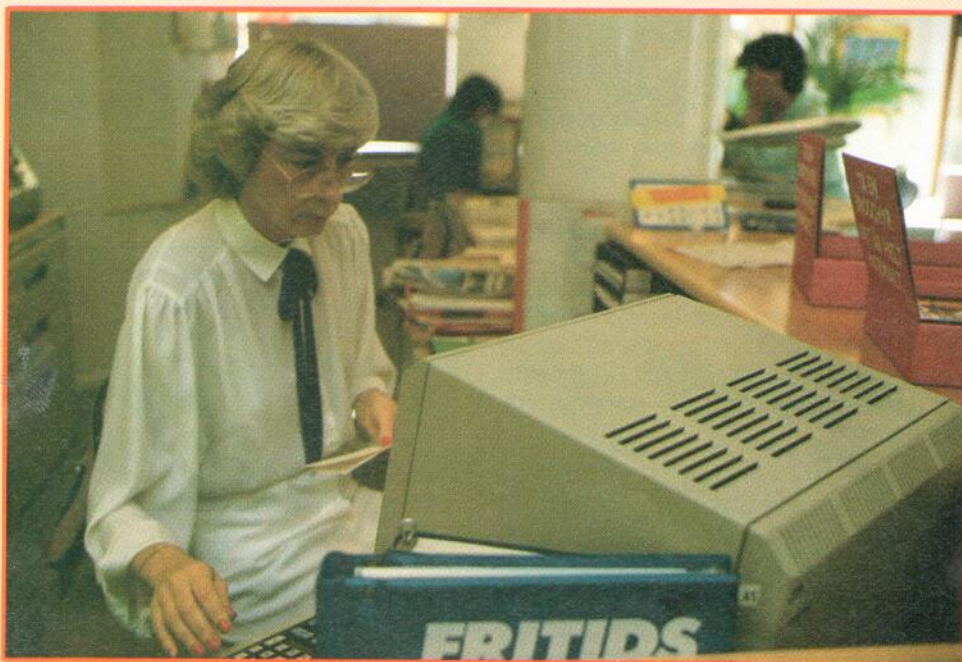
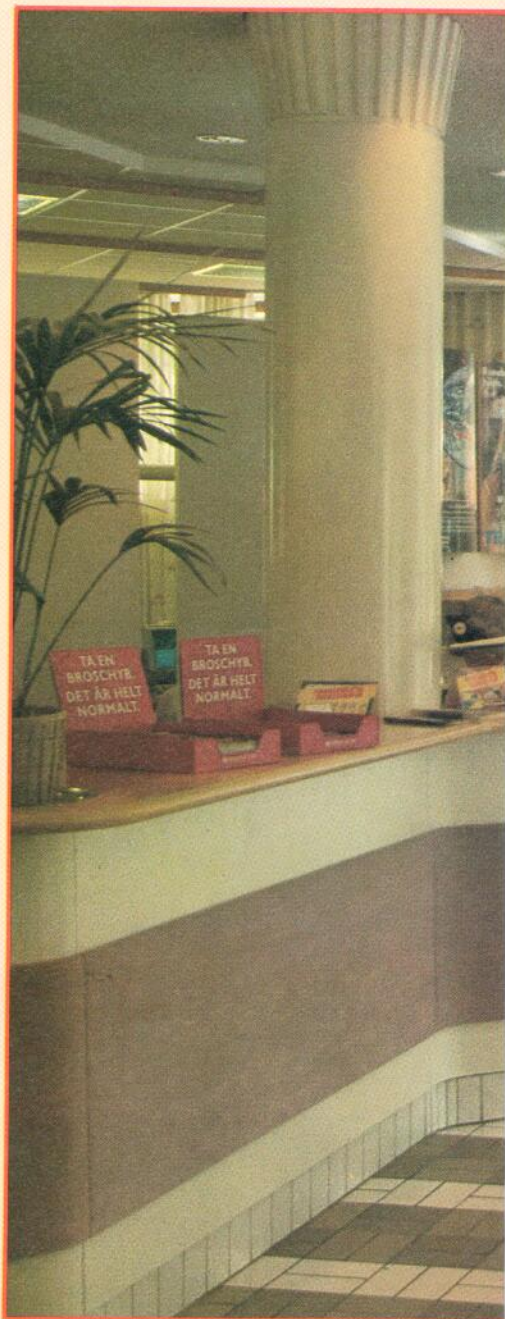
Apollo Travel Service är United Airlines dataterminaler. Genom Apollo kan man nå och boka på alla flygbolags tidtabeller och få information om de flesta internationella flygpriser, som löpande uppdateras.

Apolloterminaler finns över hela världen.

Själva datorn står i Denver och nås direkt "on line" via satellit.

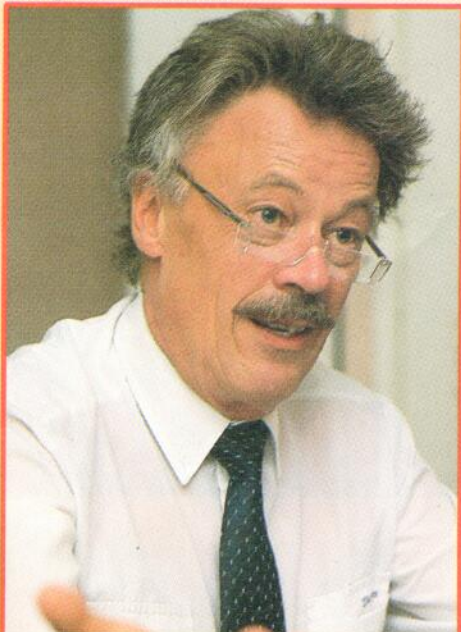
I Apollo finns 200 000 destinationspar (ressträckor), 10 000 hotell över hela världen, och 17 världsomspännande biluthyrningsföretag.

Beställningar görs via terminalerna, också för annat än resor, såsom teater- och operabiljetter.



◀ *Mona Grandin*, säljare hos SJR Kalmar. Till sin hjälp för servicen mot kunderna har hon tillgång till SMART-terminal genom vilken hon kan kommunicera med SAS och norska Braathen.

Nisse Persson är chef för SJR största kontor, Vasagatan i Stockholm.





Att kommunicera med Apollo går snabbare än med SMART, det nordiska systemet!

Best buy

Utvecklandet av dessa avancerade bokningssystem har fött en ny marknad.

Så har exempelvis American Airlines bokningssystem Sabre, blivit en nästan lika viktig produkt som själva flygtjänsten.

Både Apollo och Sabre är så kallade neutrala bokningssystem; de ger alltid bästa tidtabell först. Apollo ger också "best buy", fördelaktigaste pris.

SAS bokningssystem, Res Aid, ger alltid SAS tidtabell först.

Mindre bra år

1985 var ett mindre bra år för SJR. Vinsten blev 5 miljoner, ett minus på 20 miljoner jämfört med 1984.

Detta berodde bland annat på arbetsmarknadskonflikten men också på att man gjorde stora investeringar i form av ny- och ombyggnader.

Datautrustningen kostar också stora pengar.

SJR syntes i massmedia när man förloade försvarets resor. Hur det var med den saken förklarar Erik Nilsson, marknadschef, så här:

– Försvaret reser för 400 miljoner om året, en del av detta resande administrerar försvaret självt. Av återstoden, 240 miljoner, var SJR aktuell för 160 miljoner.

– Vi satt i långa förhandlingar om att administrera försvarets resande för 160 miljoner i omsättning, vilket skulle betyda 10–15 miljoner i rena intäkter för oss.

– Men det stupade på att försvaret

bara ville skriva ett-årsavtal när vi ville ha ett avtal på två år. Det är en alltför stor satsning vad gäller personal, teknik, lokaler m m för att det ska löna sig med ett-årsavtal.

Bli ännu bättre

SJR satsar nu framåt. Affärsidén är att bli ännu bättre när det gäller kundomsorgen.

SJR vill bli den mest tillgängliga resebyrån med flest resealternativ och den bästa informationen och kunskapen, lämnad av en personal som tar sig tid med kunden.

– Det här är en tuff marknad men vi har vad som krävs för att lyckas. Viktigast av allt: vi har personalen med oss! säger Erik Nilsson.

Text: SYNÖVE LJUNGGREN
Foto: ANDERS NYSTRÖM