



13 procent fler
hotellbokningar på två månader
Sidan 5 till 8



Solution Workshop:
Analys för bättre lönsamhet
Sidan 9 och 10



Amadeus Selling Platform
jämfört med Pro Tempo
Sidan 11

Din mening!

Visste du att ...

Rekommendera Dialogen

Prenumerera

Det bästa från två världar

Sidan 1 av 3

Somliga så kallade Low Cost Carriers (LCC) har under åren som gått experimenterat med att slopa resebyrådistributionen, i tron att detta skulle ge en bättre lönsamhet. I många fall har detta visat sig vara en felbedömning. Särskilt för den som vill nå ut till affärsresenärer eller maximera intäkten per såld flygstol – istället för att enbart konkurrera med priset. Kloka LCC gör både och, det vill säga jobbar stenhårt med att skära kostnader samtidigt som de satsar på att skilja sig från mängden.

Detta innebär nya krav på IT-stöd, eftersom lösningen måste vara anpassad till LCC-bolagens affärsmodeller. Här har Amadeus i egenskap av IT Solutions Provider haft stora framgångar på Inventorysidan, där vi snabbt har tagit fram nya lösningar och redan fyllt orderböckerna.

Tyvärr är saken därmed inte klar, för ett flygbolag kan faktiskt använda Amadeus teknik och ändå välja bort resebyrådistributionen. Därför är det så glädjande för oss att bolag som Sterling ser att de får en större marknad OCH lägre distributionskostnader genom att samarbeta med oss och med resebyråerna.

I det här numret av Dialogen har vi nöjet att få träffa Michael T. Hansen, vice vd, Business Development & IT hos Sterling, som ger sin syn på saken.

Länken mellan LCC och resebyrådistribution heter i det här fallet Amadeus Ticketless Access och är ett exempel på att utvecklingsarbetet kan gå snabbt när viljan och samarbetet är gott. Här har det dock gått så fort att det kommer att ta lite tid innan Sterlings utbud blir säljbart i vissa av våra applikationer. Men å andra sidan hade utbudet helt gått oss och resebyråerna förbi om inte den här nytänkande lösningen hade kommit på plats.

Sen kan jag lova att fler LCC kommer att följa Sterlings exempel om vi och ni på resebyråerna tillsammans fortsätter visa att volymerna och lönsamheten växer snabbare i vår kanal än den gör någon annanstans.



Janchrister
Egnefors

 **Janchrister Egnefors**
VD, Amadeus Scandinavia



Minskade transaktionskostnader och en bredare distributionskanal som gör det möjligt för Sterling att erbjuda sina priser till fler resenärer i Europa. Detta var de till synes oförenliga önskemål som Sterling hade när de kontaktade Amadeus för att diskutera ett eventuellt samarbete mellan Sterling och Amadeus.

Fusionen mellan Maersk och Sterling innebär en sammanslagning av två olika distributionssystem och affärsmodeller. Sterling hade en renodlad lågkostnadslösning medan Maersk Air hade ett fullt utbyggt GDS-distributionssystem. "Nya" Sterling erbjuder flygresor till låga priser men utnyttjar samtidigt en av Amadeus innovativa lösningar för lågprisflygbolag – Amadeus Ticketless Access – som gör det möjligt att driva verksamheten i samma breda omfattning som traditionella flygbolag gör i Amadeus.

En innovativ och smidig lösning

"Jag tog kontakt med Amadeus och sa att vi ville utnyttja deras effektiva lösning för att bättre kunna nå ut på marknaden samtidigt som vi ville kunna erbjuda våra priser utan en komplicerad GDS-lösning", säger Michael T. Hansen, vice vd för Business Development & IT hos Sterling.

Sterling: Det bästa från två världar

Sidan 3 av 3

"Vi valde Amadeus som marknadsföringskanal framförallt för att minska distributionskostnaderna. Det som blev avgörande för vårt val var Amadeus innovativa idéer och lösningar och att vi samtidigt kunde fortsätta att arbeta som tidigare", förklarar han.

En efterlängtat lösning för resebyråerna

Under flera år har det funnits aktörer på marknaden som har erbjudit lågprisresor via sina egna webbplatser och callcenters men som har haft begränsad distribution via andra kanaler. Utvecklingen har nu hunnit ikapp dem och deras tid är ute.

"Resebyråerna har tidigare inte kunnat erbjuda lågprisresor på ett effektivt sätt och har under flera år varit i skriande behov av en sådan här lösning", säger Michael T. Hansen. Sterlings samarbete med Amadeus innebär att kunderna nu kan jämföra priserna mellan olika flygbolag på en och samma skärm vilket ger dem fler alternativ. Några av de stora resebyråerna har utvecklat program som kompletterar Amadeus för att kunna boka Sterling och har på så sätt löst problemet. Men de mindre resebyråerna har inte råd att utveckla sådana lösningar. Tack vare Sterlings nya bokningslösning kan alla på ett enkelt sätt boka Sterling för sina kunder.

Mer inkommande trafik

Fram till nu har Sterling inte varit särskilt känt utanför Skandinavien. Michael T. Hansen tror dock att trafiken till Skandinavien från övriga Europa kommer att öka tack vare samarbetet med Amadeus.

"Vår närvaro i Amadeus kommer att hjälpa oss att marknadsföra vår produkt i centrala och södra Europa", säger han. "Vi planerar att fortsätta vårt samarbete med Amadeus därför att de har de flesta försäljningsställena i Europa samtidigt som vi vill standardisera och förenkla vår verksamhet genom att erbjuda våra priser via ett enda GDS-system", avslutar Michael T. Hansen.

Fakta om Sterling

Sterling är Skandinavien's första lågprisflygbolag med direktlinjer mellan Skandinavien och södra Europa och inom Skandinavien. Sterling flyger till och från följande destinationer i Skandinavien: Köpenhamn, Billund, Oslo, Stavanger, Bergen, Stockholm, Göteborg och Malmö. Under 2004 hade Sterling 1 825 206 passagerare som flög mellan Skandinavien och södra Europa.



VIA Travel Stavanger:

13 procent fler hotellbokningar på två månader

För att öka antalet hotellbokningar har VIA Travel Stavanger i samarbete med Amadeus inlett en intern kampanj som går under namnet "Har du tur?" Resultatet talar för sig själv. Efter tio månader har hotellbokningarna ökat med 13 procent.

Under 2004 gjordes totalt nära 1,5 miljarder flygbokningar och hela 3 miljarder övriga bokningar inom resebranschen*. Dessa siffror inkluderar även bokningar som inte gjorts via GDS. Resebyråerna har med andra ord en enorm potential att kunna öka sin försäljning.

Det är en myt att det är dyrare att boka hotellrum via resebyråerna – en föreställning som finns hos såväl privatpersoner som företag. Många företag lever dessutom i villfarelsen att de inte kan dra fördel av sina egna avtal med hotellen om de bokar genom en resebyrå. Detta kan vara två av de viktigaste orsakerna till att endast 50 miljoner hotellbokningar av totalt 1,9 miljarder görs via GDS (enligt gjorda undersökningar**).

13 procent fler hotellbokningar på två månader

Sidan 2 av 3



Bente Adolfsen
Teamleder och utbildningsansvarig hos VIA Travel Stavanger

Fördelar för både resebyråerna och kunderna

Det finns alltså inga belägg för denna myt. Som resenär kan man vinna många fördelar genom att boka genom en resebyrå – enklare beställningsrutiner, expertkunskap och tidsbesparingar. En annan fördel är att ingångna företagsavtal kan läggas in i resebyråernas beställningssystem.

Förutom bättre kundservice tjänar resebyråerna ekonomiskt på att göra

hotellbokningar för kunderna – särskilt när bokningarna görs via Amadeus Hotels. En enkel räkneoperation visar att om en resesäljare gör två extra hotellbokningar à två hotellnätter per dag, ökar resebyråns vinst med cirka 136 000 kronor per år.

Kampanjen "Har du tur?"

VIA Travel Stavanger har insett vilken stor potential det finns och satsar därför på att erbjuda kunderna alla tjänster från ett och samma ställe.

– Vi använder Amadeus Hotels aktivt och har som policy att alltid fråga de kunder som ska övernatta om vi kan hjälpa dem även med deras hotellbokning, säger Bente Adolfsen som är utbildningsansvarig och teamledare hos VIA Travel Stavanger. För att ytterligare stimulera försäljningen inledde man i samarbete med Amadeus kampanjen "Har du tur?" den 1 februari – där säljarna belönas med skraplotter för sina bokningar. Kampanjen pågår i tre månader och efter halva tiden har försäljningen ökat med hela 13 procent.

– Vår målsättning har varit enkel – att öka omsättningen för hotellbokningarna jämfört med föregående år. Om alla resesäljare gör i genomsnitt 2,5 fler hotellbokningar per dag får vi en markant ökning i år, säger Bente Adolfsen. Amadeus redovisar och följer upp resultaten var fjortonde dag. Bente Adolfsen tror att det är viktigt att snabbt följa upp resultaten för att hålla uppe motivationen hos resesäljarna.

Att sälja in hotellen på rätt sätt

– Det är viktigt att sälja in hotellen på rätt sätt. Det blir inte dyrare för kunden att använda en resebyrå – tvärtom. Vi som kedja har förhandlat fram förmånliga avtalspriser med hotellen. Om kunderna tar direkt kontakt med hotellen får de inte lika förmånliga priser. En annan fördel är att de avtalade priserna kan läggas in i Amadeus. Med hjälp av Best Available Rate-programmet i Amadeus kan resebyrån garantera att de kan erbjuda de bästa priserna jämfört med andra bokningskanaler.

Nästa steg – en kampanj för ökad försäljning av hyrbilar

– Kampanjdeltagarna har gjort ett fantastiskt arbete och stämningen har varit mycket positiv. Jag vill också ge en eloge till VIA Travel Stavangers teamledare. Vi förbereder nu en motsvarande kampanj i höst för att öka försäljningen av hyrbilar via Amadeus Cars, avslutar Bente Adolfsen.

* Källa: Amadeus Scandinavia ** Källa: Hermes MC 2005 Hotels Availability & Rates Survey of 20 Hotels

Nedan ges vissa fakta som tar död på en del myter kring hotellbokning. Uppgifterna är hämtade från en undersökning som gjordes av Hermes MC Survey i augusti 2005.

För kunden: Direktbokning. I 92 procent av fallen var det pris som erbjöds genom Amadeus lägre än priset för bokning direkt genom hotellet. I 62 procent av fallen var priset lägre hos Amadeus än hos online-distributörerna.

För kunden: Content. Amadeus har 23–33 procent förmånligare erbjudanden än online-distributörerna när det gäller de bästa hotellen i de mest besökta städerna.

För resebyrån: Effektivitet. Att söka och boka hotell via Amadeus går i genomsnitt 61 procent snabbare (6,5 minuter) än med telefon eller fax. Genom att överföra 1 000 telefonbokningar till Amadeus Selling Platform kan resebyrån spara cirka 110 timmar eller 14 arbetsdagar.



Solution Workshop: Analys för bättre lönsamhet

Med kundens målsättningar och strategier som utgångspunkt erbjuder Amadeus Scandinavia Solution Workshops för resebyråer i Skandinavien. Under två dagar analyseras verksamhetens processer och Amadeus rekommenderar förslag på förbättringar och hur lösningar kan optimeras.

– Detta är en ny form av dialog som stärker samarbetet med våra kunder, säger Espen Stendal, Senior Manager, Sales Development på Amadeus Scandinavia.

Syftet med en Solution Workshop är att analysera företagets processer och definiera områden för förbättringar. Exempel på områden som diskuteras kan vara vilka källor byrån använder sig av för bokningsinformation, hur mid- och backofficeprocesserna fungerar, möjligheter för automatisering av manuella arbetsuppgifter i bokningsprocessen eller hur byråns Point of Sales-lösningar utnyttjas.

Workshop med managementperspektiv

En Solution Workshop är en genomgång av verksamheten och dess system ur ett managementperspektiv.

– Målgruppen för Solution Workshop är företagets ledningsgrupp. Vi analyserar processerna och sammanhangen för att kunna presentera optimala lösningar, fortsätter Stendal.

Företagsstrategin styr arbetet

Workshopen inleds med en definition av företagets målsättningar och strategier vilket bildar utgångspunkt för det fortsatta analysarbetet. Vanligtvis blir hela företagets verksamhet satt under luppen, men man kan naturligtvis välja att koncentrera sig på vissa områden, till exempel affärsresenärer eller onlinedelen.

– Vi genomför därefter en "genomlysning" av verksamheten på en högre nivå, säger Stendal. Hur fungerar processerna, vilka i organisationen är involverade, hur jobbar man och hur bidrar dessa aktiviteter till att företagets kommersiella och strategiska mål uppnås?

Analysen baseras på intervjuer med ledningen och drift-

ansvariga för de olika verksamhetsområdena man vill titta på. Resultaten av analysarbetet presenteras och diskuteras i plenum. Lösningarna återkopplas därefter till målsättningarna och strategierna.

Grundlig behovsanalys

Solution Workshop är ett sätt för Amadeus att dela med sig av sin kompetens men också ett sätt att lära känna kunderna och deras behov ännu bättre.

– Vi vill försöka hjälpa kunderna att få ett bättre perspektiv på sin egen verksamhet och synliggöra de verktyg som finns för att effektivisera driften och minska kostnaderna, förklarar Stendal.

Goda resultat

Amadeus har genomfört motsvarande aktivitet hos ett stort antal kunder på andra marknader. Erfarenheterna härifrån visar positiva effekter på lönsamheten hos de kunder som valt att jobba vidare inom de förbättringsområden man tillsammans har identifierat.

- Även här i Skandinavien är erfarenheterna så långt mycket goda, och kunderna har sett detta som väldigt värdefullt, avslutar Stendal.



Myter och sanningar Amadeus Selling Platform jämfört med Pro Tempo

Myt: Command Page i Amadeus Selling Platform har inte samma funktioner som Pro Tempo.

Sanning: Command Page i Amadeus Selling Platform har samma funktioner som Pro Tempo. Det är bara arbetsflödena och kommandona på tangentbordet som skiljer sig åt.

Command Page har dessutom en massa extrafunktioner som inte fanns hos Pro Tempo, till exempel fler kortkommandon, fler senast gjorda inmatningar (command recall) och ett aktivt fönster med historik som du kan arbeta direkt från istället för att använda instant pictures.

[\[Tilbaka\]](#)



Myter och sanningar Amadeus Selling Platform jämfört med Pro Tempo

Myt: Jag arbetar mindre effektivt med Amadeus Selling Platform än med Pro Tempo.

Sanning: Våra tester visar att användarna arbetar mest effektivt när de kombinerar Command Page med de grafiska menyerna i Selling Platform. Detta ger ett smidigare arbetsflöde, tillgång till olika verktyg för korsförsäljning och merförsäljning och är generellt effektivare än andra kanaler för att söka information.

[\[Tilbaka\]](#)



Myter och sanningar Amadeus Selling Platform jämfört med Pro Tempo

Myt: Amadeus Selling Platform tillför ingenting extra i mitt dagliga arbete eftersom jag har använt Amadeus under många år och är väl förtrogen med alla kommandon.

Sanning: Det är fortfarande möjligt att använda alla koder i Command Page. Men i Amadeus Selling Platform har du dessutom för första gången tillgång till bilder på hotell och hyrbilar och kartor. I de grafiska menyerna kan du enkelt fylla i olika fält istället för att jobba med komplicerade koder eller rutiner som du sällan använder. Det gör att du kan fokusera på kunderna och försäljningen istället för att ägna din tid åt att hålla dig à jour med alla koder och kommandon.

[\[Tilbaka\]](#)



Myter och sanningar Amadeus Selling Platform jämfört med Pro Tempo

Myt: I Amadeus Selling Platform har jag inte "två fönster" vilket fanns i Pro Tempo.

Sanning: Det finns möjlighet att beställa en funktion som motsvarar "två fönster"-funktionen i Pro Tempo som en tilläggsfunktion hos Amadeus Selling Platform. Installationskostnaden per terminal är 275 kr.

[\[Tilbaka\]](#)

Kom ihåg...

Ny driftinformation i Zone ersätter SMOD22

Amadeus Scandinavia har lanserat en ny och mer överskådlig applikation för driftinformation. Applikationen ersätter SMOD 22 från och med 1 maj och finns i informationsportalen Amadeus Agent Zone.

Förutom driftinformation hittar du även annat matnyttigt i Zone, till exempel en uppdaterad och sökbar Amadeus Transaction Guide, Amadeus News och produktinformation.

Om du inte redan nu använder Zone för att logga in i STINA, får du tillgång till Zone via <http://zonelight.sca.amadeus.com> eller från Amadeus hemsidor, www.amadeus.com/sca, "Zone".

Använder du Amadeus Selling Platform (Vista), kan du få tillgång till Zone genom att beställa en särskild Zone-meny.

Visste du att...

...Oceania Cruises nu är tillgängligt för skandinaviska resebyråer i Amadeus Cruise Reservation?

För att få tillgång till rederiets produkter måste resebyrån registrera sig direkt hos Oceania Cruises. För mer information, se GGAMASCACRU.85.

...ytterligare två nya flygbolag nu finns i Amadeus e-Ticketing?

Dessa är British Midlands och LTU International Airways. För mer information, se GGAMASCATKT.505.

...Amadeus Itinerary+ nu finns i en ny och förbättrad version som gör det enklare och mer lönsamt att skicka resplaner med SMS?

För mer information, se GGAMASCAOTH.190.

...endast de fyra sista siffrorna i kreditkortsnumret nu är synliga i Amadeus skärmbilder?

Resten av numret är dolt vilket ökar säkerheten. För mer information, se GGAMASCAPNR.526.

About Amadeus

Amadeus is the world's leading global distribution system and technology provider to the travel industry. More than 450 airlines, 63,000 hotels, 50 car rental companies and a host of other travel providers use Amadeus technology to get their product to their customers, 24 hours a day, 7 days a week, 365 days a year. From our inception in to the present day it is our technological development and vision that has driven us forward. It is of course, our substantial investment in technology that is continuing to drive the very profound changes taking place in today's travel and tourism industry. As well as our original travel distribution business we have over recent years developed two highly successful new business divisions: e-Commerce and Airline IT Solutions.

e-Travel, Amadeus's e-commerce business unit is now global leader in online travel technology and corporate travel management solutions. Our technology powers the websites of over 900 travel agencies, 250 corporate sites, 18 hotel websites and 140 websites serving over 50 airlines. Airline IT Solutions is a strong growth business for Amadeus. We identified some years ago the powerful technological benefits that we could bring to our airline customers. More and more of those airlines are choosing to switch to Amadeus for their core technology support in the area of Passenger Service Systems.

British Airways, Qantas and Finnair were amongst the first airlines to adopt Amadeus technology and expertise. It's a decision that sits right at the heart of an airline's decision to work closely with partners in non-core activity areas so that they can focus exclusively on building their business. Amadeus is headquartered in Madrid, Spain and quoted on the Madrid, Paris and Frankfurt stock exchanges. We employ over 5,100 people worldwide.

[\[Click here for contact information\]](#)

[\[Click here for Legal Notices\]](#)

[\[www.sca.amadeus.com\]](http://www.sca.amadeus.com)

Our offices – A structure set up to be close to our customers

To better serve and be close to you, our offices are centrally located in Copenhagen, Oslo and Stockholm, where our administrative, sales and marketing, customer service and support, Helpdesk and training facilities are housed. In addition, we provide unparalleled local support and unmatched customer service throughout the entire countries.

Amadeus Denmark A/S:

Banestrøget 13 DK-2630 Taastrup, Denmark
Tel: +45 43 32 75 00 Fax: +45 43 71 75 57

Amadeus Norway AS:

Box 651 Skøyen NO-0214 Oslo, Norway
Tel: +47 22 96 70 00 Fax: +47 22 96 70 01

Amadeus Sweden AB:

Gävlegatan 22 Box 6602 SE-113 84 Stockholm, Sweden
Tel: +46 8 458 05 00 Fax: +46 8 32 01 90

Legal Notices

Amadeus data and information

All data on this Amadeus website is the property of Amadeus Global Travel Distribution S.A and/or has been licensed by a third party for the purpose of this website.

The data and information available through the Amadeus website may not be reproduced, sold, transferred, modified, redistributed, retransmitted, published or commercially exploited in any way without the prior written consent of Amadeus Global Travel Distribution S.A.

Design

This website is provided to you by Amadeus Global Travel Distribution S.A. The website design and look and feel is owned by Amadeus. All intellectual property rights related to it belong to Amadeus Global Travel Distribution S.A and/or the affiliates belonging to the Amadeus Group.

Disclaimer

Amadeus Global Travel Distribution S.A. does not guarantee availability, access, accuracy, timeliness or any other aspects of the information contained in this website.

Amadeus Global Travel Distribution S.A. does not warrant the completeness, merchantability or fitness for a particular purpose of any of the data disclosed in the Amadeus website. Amadeus Global Travel Distribution S.A. shall not be liable for any injury, loss, claim, damage, or any special, incidental, indirect or consequential damages of any kind which arise out or are in any way connected with any data within the Amadeus website, or resulting from any use or inability to use the Amadeus website.