

Självbokning sparar pengar åt företagen

Företagen jagar kostnader när affärsresandet ökar. Kostnadseffektiva självbokningssystem som kan spara miljontals kronor blir därför allt mer populära.

”Affärsresebyråerna får en extra försäljningskanal och företagskunderna får ett verktyg för att hålla sina resekostnader i schack”, säger Erik Larsen, säljchef på it-företaget Amadeus.

Samtidigt som affärsresandet ökar, som DI rapporterade om i går, ökar också kostnadsmedvetenheten hos företagen.

För att möta konkurrensen från internet, där resenärer i dag kan boka resor direkt med flygbolag utan dyra mellanhänder, tvingas resebyråerna hitta nya lösningar.

Enkelt att jämföra

Affärsresebyråerna erbjuder därför sina kunder i allt större utsträckning självbokningssystem där alla flygbolag och hotell på marknaden finns samlade på ett ställe. Det är därmed lätt att jämföra olika erbjudanden.

”Att använda arbetstid för att leta resor på nätet sparar inga stora pengar. Företagen kan däremot sänka kostnader genom strategiskt styrda självbokningssystem”, säger Marika Skärvik, vd för affärsresebyråjätten Carlson Wagonlit i Sverige.

Det innebär att kunderna kan lägga in företagets resepolicy i självbokningsverktyget, exempelvis begränsningar i biljettpriset, resetid och flygbolag som får användas.

”Det har visat sig att när personer använder ett självbetjäningssystem väljer de billigare resor än när de ringar in sin bokning”, säger Erik Larsen.

Amadeus, som utvecklar it-system för reseindustrin, är en av världens största leverantörer av självbokningssystem. Och Erik Larsen berättar att tekniken nu är mogen för



DI i går, den 19 februari.



PENGAR ATT HÄMTA. Marika Skärvik, vd för Carlson Wagonlit, anser att företagen har pengar att spara på genomtänkt självbokning.

användning i stor skala, vilket gjort att antal bokningar via bolagets system i fjol ökade med 60 procent.

Stora besparingar

För företag med höga resekostnader innebär självbokning rejält sänkta kostnader.

”10–20 procent kan företag sänka sina totala resekostnader. För ett företag med en resebudget på ett par hundra miljoner kronor per år blir det väldigt mycket pengar”, säger Erik Larsen.

BCD Travel, en av Sveriges största affärsresebyråer, insåg tidigt vikten av att erbjuda sina affärskunder möjlighet att själva boka resor via BCD Travels webbplats.

”Det här är jätteviktigt för oss, i dag bokas 25–30 procent av våra resor via vår onlinetjänst och det är mycket”, säger Klaus Trolle, marknadsdirektör på BCD Travel i Norden.

CAROLINE KIEPELS

caroline.kiepels@di.se

08-573 652 96

TA LYXFLYGET
TILL NEW YORK

SIDAN
17