



ETTER UKER MED ASKESKYER INTRODUSERER AMERICAN EXPRESS BUSINESS TRAVEL LØSNINGER FOR Å HÅNDTERE DET UVENTEDE

- Avbruddene i flytrafikken viser at bedrifter har behov for å finne medarbeidere på reisefot og dessuten ha gode kommunikasjonsverktøy og erfarne eksterne rådgivere.
- Over 150 000 av American Express Travels kunder ble påvirket av stansen i flytrafikken på grunn av askeskyen
 - American Express gir ti tips for effektiv reisehåndtering i krisetider

Oslo, 25.mai 2010 – Etter ukene med askeskyer lanserer American Express Business Travel nå en tjeneste for at bedrifter bedre skal kunne håndtere uventede situasjoner. Med en sentralt styrt beslutningsfunksjon kan bedriftene lettere finne og kommunisere med medarbeidere på reisefot.

Over 150 000 reisende blant American Express Business Travels kunder ble påvirket av innstilte flyavganger. Problemene for bedriftene viste at uventede situasjoner krever en kontinuerlig utveksling av informasjon mellom avdelingene når det gjelder sikkerhetsspørsmål, reiser og økonomi, i kombinasjon med kreativitet og stahet.

– Askeskyproblemene viste at bedriftene må ha mulighet til å lagre og håndtere informasjon om medarbeidernes tjenestereiser sentralt. Mange reisende måtte kontaktes og bookes om. Derfor var det viktig å kunne spre informasjon i stor skala, sier Kaveh Atrak, adm. dir. for American Express Business Travel Norden.

American Express Business Travel introduserer nå en serie produkter for å kunne spore reisende og sende alle meldinger som er viktige i en krisesituasjon. Navet i løsningene er en sentralt styrt reiseportal. Dessuten finnes det løsninger for hjelp etter kontortid og telefonkonferansesmuligheter slik at man kan drive forretninger også når det ikke er mulig å reise med fly, bil eller tog. Portalen tilbys kostnadsfritt til kunder som bruker American Express Business Travels andre løsninger for krisehåndtering.

– For å kunne håndtere en uventet situasjon som en askesky, kreves det avansert verktøy og innsats av erfarne og kunnskapsrike reiserådgivere. På våre reisebyråer rundt omkring i verden jobbet våre rådgivere over 12 000 overtidstimer for å få hjem reisende eller endre reiseplaner for de som ennå ikke hadde begynt på sine reiser, sier Kaveh Atrak.

Ti gode råd for å håndtere uventede forstyrrelser i reiseplanene

Bedrifter med utarbeidede kriseplaner har best mulighet til å ta hånd om sine forretningsreisende under kriser som for eksempel askeskyen forårsaket. American Express Business Travel har utarbeidet en liste med anbefalinger til bedrifter som vil være forberedt og som ønsker å kunne fortsette virksomheten også ved uforutsette reiseavbrudd:

1. Ha et sikkerhetsnett. Ansatte med reiseutfordringer søker ofte hjelp hos de reiseansvarlige i bedriften og forventer personlig oppfølging. Effektivt samarbeid mellom ulike enheter som reiseadministrasjon, risikohåndtering, økonomi, kommunikasjon, innkjøp, IT og HR er avgjørende for å kunne støtte alle behov hos de reisende og bedriften. Forbered slik at de riktige kontaktene og strategiene er på plass før neste store hendelse som påvirker reisingen.

2. Ta en ny titt. Ingenting er viktigere enn å vite om bedriftens reisende befinner seg i sikkerhet. Har dere riktig verktøy for å spore de reisende i en nødsituasjon? Sørg for rask tilgang til informasjonen, enten via rapportering "on demand" eller et verktøy med grafisk brukergrensesnitt, eller en kombinasjon av begge. Det er viktig at bedriftens retningslinjer for tjenestereiser støtter disse verktøyene. Alle bookinger av fly-, hotell-, leiebil samt alle endringer må gå gjennom bedriftens sentralt utvalgte reisebyrå. Det sikrer at alle reisedata går via reiseverktøyet, noe som gjør det lettere å lokalisere medarbeidere på reisefot. Sørg for at de ansatte får samme informasjon i sin opplæring og i sine håndbøker.

3. **Evaluer bedriftens tjenestetilbud.** Omfatter det godtgjørelse for overtidsgjennomsett dere inn i beredskapsplanene til reisebyrået for å være sikker på at bedriftens reisende kan ta kontakt og få den hjelpen de trenger.

4. **Se over kommunikasjonsstrategien for reisende.** Den må gjøre det mulig med toveiskommunikasjon i sanntid med ansatte og reisende. De beste mobile løsningene er en blanding av smarte telefonapplikasjoner og tekstmeldingsverktøy for aktuelle advarsler og tips om bekvemmelighet i en ellers ubekvem situasjon. Sørg for å ha en alternativ plan for kommunikasjon ved hjelp av websider, sosiale medier og fasttelefon hvis mobilnettet ikke er tilgjengelig.

5. **Se over kommunikasjonsstrategien for reisende, del II.** Vurder en portalløsning som kan rette seg inn mot enkelte reisende og sende og oppdatere aktuell og relevant informasjon i sanntid. De reisende lærer seg å stole på en sentral kanal for all reiseinformasjon, noe som fører til økt produktivitet, bedre overholdelse av policyer og økonomiske besparelser.

6. **Bruk videokonferanser og telefonkonferanser.** I noen deler av verden blir offentlige videokonferanser stadig mer utbredt, og dette blir dermed lettere tilgjengelig, også for bedrifter som ikke ønsker å investere i egne anlegg. Telefonkonferanseløsninger har kommet langt og er også et alternativ. En sentral bookingsentral gjør det lett å booke ulike kommunikasjonsløsninger og gjør at man kan unngå tapt produktivitet på grunn av reiseavbrudd.

7. **Få tilbake ubenyttede billetter.** Bruk automatisk billettsporing for å identifisere alle ubenyttede billetter. Billetter som kan avbestilles, er like bra som kontanter i lommen og billetter som ikke kan avbestilles, kan ofte bookes om til fremtidige reiser.

8. **Hold et øye med avkastningen.** Noen av disse forslagene krever investeringer. Det er viktig å forstå og balansere kostnadene mot de potensielle materielle og immaterielle fordelene ved at ansatte kommer tilbake til arbeidet og dessuten føler seg sikre og trygge.

9. **Vær sosial.** Etabler en dialog med medarbeiderne gjennom fora og diskusjoner på Internett. Del erfaringer og fang opp råd og tips underveis.

10. **Følg opp mens situasjonen fortsatt er aktuell.** Snakk med medarbeiderne som har hatt utfordringer med reisingen og sørg for å formidle deres erfaringer til de som utformer strategiene og krisehåndteringsplanene. Tenk gjennom om noen leverandører er mer imøtegående enn andre når det gjelder å ordne alternative løsninger for de reisende og mer fleksible med ombookingsavgifter og andre kostnader. Ha dette i tankene ved fremtidige leverandørforhandlinger. En undersøkelse som går ut til alle medarbeidere, kan hjelpe til med å identifisere hva som er bra og dårlig i bedriftens reiseprogram, og viser samtidig at reisevirksomheten blir tatt på alvor i bedriften.

###

Om American Express Business Travel

American Express Business Travel (www.americanexpress.no/businesstravel) er en del av American Express Company, som arbeider for å hjelpe kunder med å optimalisere avkastningen på reiseinvesteringer gjennom økt kostnadsbesparelse, kundeservice i verdensklasse og bedre kontroll på reisekostnadene. Til alt fra små bedrifter til flernasjonale selskaper tilbyr American Express Business Travel en kombinasjon av bransjeledende teknologi, "travel management", strategiske innkjøp og støtte ved forhandlinger med leverandører av reisetjenester. I tillegg kommer global kundeservice og tilgjengelighet online og offline. Selskapet gir også tilgang til en dynamisk community (www.businesstravelconnect.com) som utnytter den samlede kunnskapen hos alle i forretningsreisebransjen ved å vise ulike perspektiver, beste praksis, aktuell forskning og nyheter i bransjen.

Om American Express

American Express er et globalt serviceselskap som gir sine kunder tilgang til produkter, informasjon og erfaringer som beriker livet og bygger forretningsfremgang. Les mer på www.americanexpress.no og på www.facebook.com/americanexpress, www.twitter.com/americanexpress og www.youtube.com/americanexpress.

Kontakt: Amelie Lind, StrandbergHaage, +46 739-043234, amelie@strandberghaage.se