



Pressmeddelande
Växjö 2001.08.21

Expotours & Events blir Xpo Group

Ett av Sveriges största och äldsta eventmarketing-företag, Expotours & Events, byter namn till Xpo Group. Samtidigt gör företaget en genomgripande omorganisation och räknar med att nå över 100-miljonerssträcket i årets omsättning.

Den 22 augusti byter Expotours & Events officiellt namn till Xpo Group. Företaget, som har ett 30-tal fast anställda och anlitar närmare 200 personer årligen på projektbasis, har sitt huvudkontor i Växjö och kontor i Stockholm, Göteborg, Malmö och Oslo.

Xpo Group räknar med att omsätta drygt 100 miljoner kronor under år 2001, jämfört med 82 miljoner under 2000, och göra en vinst på mellan 7 och 9 miljoner kronor.

Eventmarketing kan enklast översättas med "mötesmarknadsföring". I samband med namnbytet till Xpo Group väljer företaget att göra en omfattande omorganisation med en uppdelning i tre affärsområden:

- **Events**, möten internt i företag och mot utvalda företagskunder eller leverantörer.
- **Tours**, alla former av konferens- och researrangemang över hela världen.
- **Campaigns**, marknadsföring mot konsument genom evenemang.

Xpo Group lanserar också en ny kommunikationsmodell som man kallar "Moments of difference". Avsikten är att understryka att det personliga mötet är ett kraftfullt verktyg som kan påverka människors värderingar och bygga långsiktiga relationer starkare än traditionell envägs kommunikation.

– Vi har märkt att vårt gamla namn förvirrat många kunder, eftersom det fokuserade för mycket på resorna. Resorna var från början företagets nyckelverksamhet men är nu en av tre verksamhetsgrenar, förklarar Xpo Groups VD Benny Karlsson.

– Nu börjar vi på allvar konkurrera om företagets marknadsföringsbudgetar. Det kräver en bättre specialistorganisation och tydlighet från vår sida. Genom långsiktig och genomtänkt möteskommunikation uppnås mätbara effekter och framför allt ökad lönsamhet. Med vår hjälp skall ännu fler företag komma till denna insikt. För att nå dit måste vi både organisatoriskt och kommunikativt stå på samma nivå som de bästa marknadskommunikatörerna och reklambyråerna, säger Benny Karlsson.

– Event marketing fortsätter att växa och köparna blir allt mer professionella. Det har funnits ett behov av att både internt och externt tydliggöra våra tre affärsområden vi arbetar med sedan ett år tillbaka. I och med namnbytet har vi ett utmärkt tillfälle att kommunicera vår nya affärsmodell, säger Benny Karlsson.

För ytterligare information:

VD Benny Karlsson, 0470-70 90 98. Mobil: 070-180 90 98
Mediakontakter även 070-180 99 77

Xpo Groups nya organisation:

Företaget delas in i tre verksamhetsområden, med affärsområdeschefer och projektledare specialiserade på respektive område. Samtidigt tydliggör företaget sin säljorganisation som ska arbeta övergripande med alla tre affärsområdena. Ny marknads- & försäljningschef blir Jan Björge, som utgår för bolagets kontor i Göteborg. Samtidigt går bolagets tidigare försäljningschef Lars Albertyd över till en övergripande roll som kreativt ansvarig och "kaospilot".

I övrigt ser organisationen ut såhär:

- **Events.** Business to business-verksamhet som bland annat innefattar interna arrangemang där företagen stimulerar och engagerar sina medarbetare såsom kick-offer och genomarbetade personalevenemang, konferenser och utbildande möten. Här finns också området kvalitetsarrangemang mot nyckelkunder eller viktiga leverantörer där avsändaren får hjälp att presentera sin verksamhet, lansera sina produkter och bygga relationer med sin specifika målgrupp. Affärsområdeschef: Mikael Fredriksson

Events har som mission att utveckla kundens möteskommunikation, inom företaget och mot andra företag, på både strategisk och taktiskt nivå. Genom väl anpassade upplevelser vill Xpo Group hjälpa kunden att exponera varumärket, bygga relationer och kommunicera med sin specifika målgruppen utifrån en kommunikationsmodell som börjar i god tid innan mötet och fortsätter med återkoppling och uppföljning efter mötet.

Inom området har företaget nyligen genomfört ett av Sveriges hittills största inomhusevent, i Globen. Över 2000 ICA-anställda fick under några timmars show, uppleva underhållning blandad med en presentation av företagsledningens målsättningar och framtidsplaner. I höst hjälper Xpo Group PriceWaterhouseCoopers E&IT-avdelning att samla sina anställda i norra Europa för en tvådagarskonferens med syfte att höja lagandan över nationsgränserna och att stimulera kämparglöden hos medarbetarna. Som inramning till konferensen har tagits fram ett tema, New Fighting Generation, inspirerat av asiatiska kampsporter.

- **Tours.** Alla former av genomarbetade resor som företag genomför: Styrelsemöten eller planeringskonferenser utomlands, incentiveresor med kunder eller uppdragsgivare, konferens- och belöningsresor för medarbetarna i företaget, för säljare eller återförsäljare. Xpo Group är medlem i IATA, den internationella flygbokningsorganisationen. Affärsområdeschef: Hasse Elmqvist

TOURS skapar, producerar och genomför konferens- & incentiveresor vars primära syfte är att förmedla ett budskap, skapa engagemang, motivera, belöna och svetsa samman. Vi menar att man som köpare av denna tjänst först och främst skall fundera över syftet med konferensen/resan, vilket budskap man vill förmedla och vad som är utmärkande för målgruppen som skall delta. Utifrån dessa parametrar hjälper vi vår uppdragsgivare att välja reseupplevelser.

Tidigare i år arrangerade Tours bland annat Dressmann-koncernens stora filminspelningsresa till Egypten. Dressmann slog ihop årets belöningsresa med utbildning och inspelning av den senaste reklamfilmen med företagets 300 butikschefer som statister. Xpo Group ansvarade för helheten i arrangemanget, från resan och konferensen till byggandet av filmstudio i den egyptiska öknen.

- **Campaigns.** Utåtriktade business to consumer-evenemang där mötet och upplevelsen används i marknadsföring mot konsument. Här ingår road shows för produktlanseringar och varumärkesbyggande evenemang som riktar sig mot allmänheten. Xpo Group hanterar hela kampanjer där eventet spelar en viktig roll och integreras med PR och andra medier som webb, radio och print.. Affärsområdeschef: Lars Albertyd tf (nyrekrytering pågår)

Under sommaren har Campaigns bland annat genomfört en road show för Kockens, med grillning och provsmakning för att lansera och lyfta fram Kockens serie av grilloljor och grillkryddor utanför stora köpcentra. Förra året genomfördes en uppmärksam kampanj för Renaults nya modell RX4.

Fakta Xpo Group

The Xpo Group of Scandinavia hette tidigare Expotours & Events of Sweden AB och bildades 1986. Bolaget har utvecklats till att idag vara en av branschledarna inom möteskommunikation, event marketing, konferens- och incentiveresor. Företaget har en stabil tillväxt med en beräknad omsättning 2001 på drygt 100 Mkr (82). Företaget tilldelades år 2000 betyget AAA för högsta kreditvärdighet i Dun & Bradstreets kreditratingsystem. Xpo Group är medlemmar i Svenska Eventföreningen och IATA. Mer information, www.xpogroup.se.