

Perspektiver på Rejser og Økonomi

Tid til forandring – sådan bør virksomhedsrejsebranchen forbedre sig



Microsoft Travel har offentliggjort et "manifest" som efterspørger en revolution inden for teknologi til brug for virksomhedsrejser plus reform af branchens finansielle struktur. Her er hvad der står i manifestet - samt kommentarer fra os om hvor de har både ret og tager fejl.

Microsoft Travel, tech-gigantens travel management team, har offentliggjort et 13 sider langt Corporate Travel Innovation Manifesto. "Branchen er i stor grad afhængig af teknologi og processer som ikke har forandret sig synderligt i et til tre årtier," begynder manifestet. "Dette dokument har som formål at anspore samtale og handling for at skubbe udviklingen fremad."

Som del af den samtale er her et resume af nogle af manifestets hovedpointer samt TravelpoolEuropes perspektiv og hvad vi mener der bør ske.

HVAD ER DER GALT OG HVORFOR

Microsoft Travel siger

"Forældede teknologisystemer, forskansede mellemlid og mangel på gennemsigtighed i kommercielle relationer har været en hæmsko for virksomhedsrejser i mere end 15 år. Den almindelige forbrugers rejseoplevelse med hensyn til processen med at booke og udføre og betale for en rejse har overhalet virksomhedsrejseoplevelsen, med nem

Perspektiver på Rejser og Økonomi

adgang til et stort udvalg af indhold, strømlinede værktøjer og indhold som er skræddersyet til den enkelte rejsende. Træghed inden for virksomhedsrejseteknologi underminerer relevansen i at administrere rejseaktivitet for nutidens virksomhedsrejsende. Det er ikke blot en hæmsko med hensyn til at kunne levere forbedrede rejseservices, men også med hensyn til at optimere fundamentale mål: duty of care (omsorgspligt), datasikkerhed, medarbejderproduktivitet og besparelser.”

TravelpoolEurope siger

Vi er fuldstændig enige. Det største problem som travel management programmer står over for i dag er måske mangel på mulighed for at kunne give de rejsende adgang til alt indhold til den bedste pris i ét enkelt værktøj. Dette underminerer i høj grad medarbejdernes tillid til programmet.

Vi har dog en vis sympati for teknologileverandører. For det første er det meget svært at få virksomhedsrejseværktøjer til at fremstå lige så "sexede" som de værktøjer den almindelige forbruger har adgang til da der skal kunne bygges stærke kontroller rundt om systemerne som sikrer overholdelse af rejsepolitik etc. For det andet er det svært at fjerne gammel teknologi da den er så dybt forankret i den globale rejseindustri økosystem. Det er ikke let at lave små forbedringer. Der er brug for et "big bang" hvor alting ville forandre sig på én gang.

FRA OMKOSTNINGSREDUKTION TIL PRODUKTIVITET/TILFREDSHED HOS DEN REJSENDE

Microsoft Travel siger

“Veletablerede virksomheder ser ikke længere rejser som et omkostningssted hvor det gælder om at undgå year-over-year omkostninger. Deres rejseordninger har opnået tæt på optimal værdi med deres leverandører og skiftet fokus over på at fremme toplinejen i regnskabet og opnå større holistisk værdi. Dette handler i sidste ende om den rejsendes oplevelse og produktivitet. Det at tiltrække og beholde de bedste medarbejdere og sørge for at de forbliver produktive, glade og sunde er en investering der betaler sig.”

TravelpoolEurope siger

Medarbejderproduktivitet er meget vigtig, og det er rekruttering og fastholdelse af medarbejdere også, og selvfølgelig er det også særdeles vigtigt at man iværksætter rimelige foranstaltninger for at minimere de rejsendes stress, for eksempel ved hjælp af nem adgang til mobile bookingværktøjer og ved at gøre processen med rejseafregning så nem som muligt.

Det er dog svært at sætte tal på "traveller friction" (rejsendes ubekvemhed) som det undertiden kaldes, og på hvordan ændringer i virksomhedens rejseprogram ville kunne forbedre produktiviteten. I dag måles rejseproduktivitet ikke og kan derfor heller ikke rigtig administreres. På den anden side kan man måle direkte rejseomkostninger og vi mener at drivkraften for de fleste rejseprogrammer er at undgå disse udgifter.

Et andet åbenlyst problem er at mange tiltag som ville kunne maksimere den rejsendes komfort også ville maksimere udgiften for virksomheden - et ekstremt eksempel på dette kunne være at man altid lod virksomhedens rejsende flyve på business class og bo

Perspektiver på Rejser og Økonomi

på femstjernede hoteller. Det kan derfor være særdeles svært at finde balancen mellem at reducere omkostningerne og samtidig holde de rejsende rimeligt tilfredse (men ikke nødvendigvis 100% tilfredse).

En måde at gøre de rejsende mere tilfredse på er ved at give dem mere fleksibilitet hvor muligt. Et eksempel på dette kunne være at sætte prislofter på hotelværelser i visse byer. De rejsende kan vælge det hotel de vil så længe de fortsat booker via virksomhedens autoriserede TMC (travel management company) eller bookingværktøj og ikke overskrider det tilladte prisloft per overnatning for den pågældende by.

BETALINGSLEVERANDØRER HAR OGSÅ BRUG FOR REFORM

Microsoft Travel siger

Betalingsplatforme, med handelsgebyrer, gebyrer på tværs af landegrænser og transaktionsgebyrer på netværket, deler fordelene ud på adskillige interessenter i betalingskæden. Nye teknologier som blockchain viser hvordan modne/ældre virksomheder kan bevæge sig fremad mod at eliminere disse indbyggede betalingsomkostninger og i stedet vælge at skabe direkte betalingsrelationer med pålidelige leverandører.”

TravelpoolEurope siger

Blockchain er en lovende teknologi som lader til at kunne forbedre virksomhedsbetalinger, men denne forandring kommer ikke til at ske fra den ene dag til den anden. Og desværre er opdatering af forældet teknologi kun én del af løsningen. Den juridiske og finansielle infrastruktur som gælder for kreditkort er uegnet til dette formål fordi den ikke tillader fuldt ud liberaliserede betalinger på tværs af landegrænser. For at tage et simpelt eksempel kan en bank i Danmark ikke udstede kort til en virksomhedskundes medarbejdere i andre lande og i andre valutaer. Disse utidssvarende regler er nødt til at blive ændret før vi vil se nogle virkelige forbedringer.

INTRODUCÉR SUPERPROFILER FOR REJSENDE

Microsoft Travel siger

Digitalisering af den rejsende ender sandsynligvis med en form for 'superprofil' eller 'smartprofil' for hver enkelt forretningsrejsende. Denne profil indeholder ikke kun den traditionelle rejsedata ... men fusionerer også sammen med HR data og indeholder persondata som for eksempel hobbyer og fritidspræferencer. Plus profilen bør også blive smartere via maskinlæring som inkluderer bookingdata, ændringer og aflysninger såvel som udgiftsdata som vil vise restaurantpræferencer og andre forbrugsmønstre som med tiden vil være med til at give større indsigt i den rejsendes adfærd.

TravelpoolEurope siger

Det lyder godt i teorien men undertiden skal man være forsigtig med hvad man ønsker sig. Profilerings af denne type ville hjælpe leverandørerne med at kunne levere mere individualiserede tilbud til de rejsende. Men er det altid ønskværdigt? Individualiserede tilbud kan friste de rejsende til at afvige fra virksomhedens rejsepolitik. Og ønsker vi at leverandørerne ved at det drejer sig om en forretningsrejsende, hvilket måske kunne friste dem til kun at tilbyde de dyrere produkter (som for eksempel fleksible billetter)?

Perspektiver på Rejser og Økonomi

Microsoft manifestet siger at det i høj grad ville være den rejsende selv der havde kontrol over profilen. Men vi mener at arbejdsgiveren også bør have kontrol over hvor meget information de ønsker at dele med leverandørerne i tilfælde af at det kunne have en indvirkning på den pris der bliver tilbudt. Denne Pandoras Æske bør undersøges grundigt inden den åbnes.

ÆNDR DEN ØKONOMISKE MODEL

Microsoft Travel siger

New Distribution Capability er først begyndt at blive accepteret efter det er blevet tydeligt for interessenter i globale distributionssystemer (GDS) og travel management virksomheder (TMC) at den nye standard ikke vil fjerne mellemlid i etablerede finansielle modeller. Modne/ældre virksomheder er dog muligvis ikke lige så hurtige til at acceptere de facto-løsningen. I de nuværende strukturer hvor de forhandlede priser er optimerede er måden at presse omkostningerne ned og skærpe forholdet til leverandørerne ved at "disrupte" (forstyrre) strukturen.

TravelpoolEurope siger

Vi er enige. Og vi mener at betalingsstrømmene inden for erhvervsrejser – især praksissen med at GDS opkræver høje gebyrer fra flyselskaber og hoteller for at subsidiere deres incitamenter til TMCs - er nødt til at undergå forandringer af en endnu vigtigere grund. Hvis vi skifter over til at virksomhedskunden betaler et GDS gebyr, ligesom de betaler gebyr til udbydere af bookingværktøjer, så bliver virksomhedskunden GDS's vigtigste kunde. Og hvis det sker, så vil GDS blive motiveret til at investere i at kunne levere den teknologi som virksomhedskunder virkelig har brug for og som de endelig vil være i en position til at kunne kræve.



TravelpoolEurope perspektivet – Lad os forbinde tech-“øerne”

Selvom vi naturligvis ikke er enig med alt der står i manifestet fra Microsoft Travel må vi dog rose det for at anspore branchen til at tænke på forandring. Udover de problemer der allerede er påpeget i manifestet, vil vi gerne gøre opmærksom på endnu et.

En af de største udfordringer er at indkøberne er nødt til at forlade sig på mange forskellige serviceleverandører: bookingværktøjer, risikostyringsservices, betalingsudstedere og så videre, og som oftest mere end én af hver slags. I dag opererer hver leverandør med deres egen teknologi hvilket gør det særdeles besværligt at integrere dem problemfrit ind i et rejseprogramms økosystem. Vi frygter at mange af de nye tech-virksomheder som bliver en del af virksomhedsrejsebranchen kun vil tilføre endnu flere "øer" som er svære at forbinde med de andre "øer". For en branche som virksomhedsrejsebranchen som ønsker et tættere samarbejde bør det være en topprioritet at finde en mere behændig teknologi som kan forbinde alle disse "øer" gnidningsfrit.