

# Perspektiver på Rejser og Økonomi

## Retning – Sådan skriver I jeres virksomheds rejsestrategi



*Det er tid til at lave en plan der sikrer at jeres rejseprogram stemmer overens med virksomhedens overordnede strategiske mål.*

Uanset om det spiller en deltids eller fuldtidsrolle i jeres organisation, så er administration af rejseaktivitet (travel management) en meget tidskrævende opgave. At svare på spørgsmål og løse problemer for individuelle rejsende, sikre jer at I finder de bedste tidspunkter, indsamling og analysering af data - alle disse og mange andre emner kan sluge al jeres tilgængelige tid og få jer til at føle som om I blot udfører slukningsarbejde fra dag til dag i stedet for at kigge i et større perspektiv på hvorfor I administrerer medarbejderrejser i første omgang.

Derfor kan det sagtens svare sig at bruge lidt tid på at skrive en rejseprogramsstrategi, ifølge Søren Schødt, administrerende direktør for TravepoolEurope. "At udforme en strategi tydeliggør virksomhedens retning betydeligt," siger Schødt. "Når dokumentet er skabt kan man gennemgå alt man gør for at bekræfte om alle ens handlinger er med til at skubbe ens program i den retning man har defineret."

En anden vigtig grund til at have en nedskrevet strategi er at det hjælper med til at få støtte fra ledelsen og andre vigtige stakeholdere i organisationen. "Et strategidokument kan fungere som en åbning til at gå i dialog med disse stakeholdere," siger Carol Randall, stifter og administrerende direktør for Sage Travel Consulting. Schødt er enig. "Hvis man specificerer fordelene ved programmet, og udfordringerne, så kan man forklare til ledelsen hvor der bør sættes ind med investeringer for at opnå disse fordele," siger han.

# Perspektiver på Rejser og Økonomi

## **Hvor langt bør dokumentet være?**

Kort, især hvis man gerne vil fange den øverste ledelses opmærksomhed. Og hold det også enkelt. TravelpoolEuropes egen strategi udstikker 19 mål på blot to sider, og i et sprog som lægmand kan forstå.

Ifølge Randall kan en strategi opridses på "så lidt som 3-4 PowerPoint slides." I virksomheder hvor rejseforbruget er højt nok til at retfærdiggøre at der er ansat en travel manager på fuldtid (eller tæt på fuldtid), er det dog almindeligt også at have en længere version, som i flere detaljer redegør for fordelene for alle i virksomheden med en direkte eller indirekte travel supervisor rolle.

## **Hvad bør strategien indeholde?**

Frem for alt, siger Randall, er det primære formål med rejsestrategien at "afstemme rejseprogrammet med virksomhedstrategien." Hvad er for eksempel balancen i virksomheden mellem omkostningsstyring og rekruttering/fastholdelses-prioriteter? Til tider bliver man måske nødt til at justere på områder som (rejse)politik og leverandørrelationer for at fokusere mere på at spare virksomheden penge. På den anden side, hvis kampen for at sikre sig toptalenter som medarbejdere er blevet et dominerende emne i bestyrelseslokalet, så bør politik og leverandøraftaler måske skiftes over i en anden retning. "Hvis virksomheden ikke har den rette politik, så kan det påvirke hvorvidt topkandidaterne takker ja til et job eller ej," siger Randall.

Randall foreslår at man tager sit stikord til rejsestrategien fra virksomhedens generelle programerklæring, som normalt er opsummeret i fire eller fem punkter. Hvis den strategi du skriver påviseligt støtter programerklæringen, så er den sandsynligvis på rette spor.

Dokumentet bør også indeholde overskrifter om hvordan programmet vil understøtte de definerede strategiske mål. Schødt peger på fire vigtige emner som er særligt værd at dække:

- Sikre adgang til det indhold som de rejsende har brug for for at kunne booke
- Sikre adgang til data som vil køre nøglefunktioner såsom at monitorere overholdelse af virksomhedens politik, og udgifts- og forsikringsrapportering.
- Sikre at de rejsende følger virksomhedens rejseprogram.
- Sikre at udgifterne bliver kontrolleret.

Dette kan tages et skridt videre ved at udstikke de key performance indicators (KPI) som vil afsløre hvorvidt programmet er succesfuldt eller ej. Disse KPI'er, siger Randall, skal være målbare, kontrollerbare og have en tydelig forbindelse til den overordnede virksomhedsstrategi.

## **Hvor ofte bør vi revidere strategien?**

"Hvert andet år er passende med henblik på at sikre at jeres mål stadig er relevante og reflekterer udviklingen inden for teknologi," siger Schødt. Randall er stort set enig, men bemærker at det kan være presserende at vurdere strategien i tilfælde af den bliver overhalet af begivenheder såsom omstrukturering af virksomheden, ekspansion ud på nye markeder eller større ændringer i rejsebranchen.

# Perspektiver på Rejser og Økonomi

## **TravelpoolEurope perspektivet – En øvelse det kan betale sig at udføre**

At skrive en rejsestrategi kan måske lyde som endnu en byrde for folk som i forvejen har travlt nok, men det er tid som det godt kan betale sig at bruge. At skrive det ned kan virkelig hjælpe med at teste om jeres nuværende travel management aktiviteter er sammenhængende og om de tjener virksomhedens sande behov. I vil meget hurtigt kunne se ikke blot hvad I burde gøre som I ikke gør pt., men også hvad I gør som måske ikke er nødvendigt. Det vil i sidste ende spare jer meget mere tid at afskaffe eller modificere unødvendige opgaver.