



**ISM 2015
VI OCH VÅRA BOKARE**

**Utförd av:
RESURS för Resor och Turism i Norden AB
Januari 2015**

På uppdrag av: Informus

Vi och våra bokare

Syfte

Syftet med denna lilla undersökning är att se hur konferensanläggningar tar hand om en förfrågan, fångar upp kundens önskemål, skickar en offert och slutligen följer upp den.

Förutsättningar

På uppdrag av Informus har Resurs kontaktat tjugo anläggningar under fingerat namn - men representerande ett verkligt företag - och bett om pris på en konferens.

Förfrågan har med avsikt hållits kort och ofullständig för att efterlikna en något ovan bokare av möten. Tanken var att anläggningarna skulle bli tvungna att kontakta frågeställaren för att kunna lämna en fullständig och korrekt offert.

Konferensanläggningarna

Tjugo konferensanläggningar valdes ut med avsikten att få en bra blandning av olika typer av anläggningar. Alla anläggningar har kapacitet och andra förutsättningar som stämmer in med frågeställarens behov.

Geografisk ligger de i eller i närheten av Stockholm och Uppsala och är en blandning av stora och små, kedjeanslutna eller fristående. Hälften är anslutna till Informus, hälften är det inte.

På sista sidan finns en översikt över anläggningarna och deras resultat, dock utan angivande av namn.

Offertförfrågan

Förfrågan skickades ut till anläggningarna fredagen den 9 januari omkring klockan 10 på förmiddagen. Hälften av dem fick sin förfrågan direkt via e-post, hälften kontaktades via förfråganformulär på Informus söksida.

Förfrågan hade följande text:

Hej

Vi skulle vilja ha en offert för en konferens den 3-4 mars för 50 personer med ankomst till lunch och avslut med lunch.

Vårt program är:

Lunch	12.00
Möte	
Middag	19.00
Samvaro	
Frukost	
Möte	08.30
Lunch	12.00

Jag skulle behöva er offert i nästa vecka då vi kommer att fatta beslut den 19 januari.

Eventuella frågor är bäst att ställa via epost då jag är på resande fot från lunch idag och nästa vecka.

Med vänlig hälsning
Namn
Företagsnamn
Mobiltelefon

Första Kontakten

Första kontakten kom efter 5 minuter via e-post. Man tackade för förfrågan och undrade om det fanns alternativa datum. Som svar fick man ett nytt datum en vecka senare.

Första offerten kom via e-post efter 21 minuter.

Första telefonkontakten kom efter 2 timmar och 17 minuter. Klockan var då 12:21, dvs mitt i lunchen för de flesta företag.

Totalt hörde fem konferensanläggningar av sig. Tre av dessa frågade efter nytt datum då de var fullbokade och två hade frågor gällande sittning i lokalen så att rätt lokal skulle bokas. En av de sistnämnda ville även stämma av antalet personer eftersom det var 50 personer som skulle komma och det bara var 40 bäddplatser som efterfrågades.

Antal offerter

Av de 20 konferensanläggningarna var det 17 som skickade in en offert.

En anläggning var fullbokad även på de alternativa datumen men de erbjöd sig förmedla förfrågan till annan anläggning i sin kedja (mycket bra).

Två anläggningar hörde inte av sig alls och skickade heller aldrig in någon offert.

Tid innan offerten kom

Samma dag som förfrågan skickades ut kom det in totalt 9 offerter. På tisdagen var det 16 inkomna offerter. Den sista inkomna offerten kom på fredagen, sista dagen. Vi skulle fatta beslut på måndagen.

Offererat pris

Av de inkomna offerterna gav sju totalpris och tio styckpris. Varför skall kunden räkna ut totalpriset?

Endast sex av offerterna var användbara, resten hade sådana fel att de inte gav ett korrekt pris enligt förutsättningarna.

Priset för konferensen varierade mellan 60 000 till 165 000, med ett medelpris på 102 000. De flesta anläggningarna låg med ett pris strax över eller under 100 000.

Det blev en del missar i offerterna:

- En glömde middagen.
- Sju glömde eller på något sätt rörde till det med de deltagarna som inte skulle sova över.
- En stoppade alla dagsdeltagarna i dubbelrum.
- Alla missade samvaron eftermiddagen.
- En offert var giltig till och med den 16 januari, beslut skulle tas den 19 januari.
- Fyra stavade namnet fel.
- Men alla lyckades få in eftermiddags- och förmiddagskaffe, som inte efterfrågades.

Att det blev så många misstag är inte acceptabelt. Det är förvånansvärt att alla kan lägga till en tjänst som inte efterfrågas.

Här har det skrivits offerter runt 100 000 kronor utan att ta reda på vad kunden vill ha eller riktigt efterfrågar. Det tas väldigt mycket för givet.

De flesta som bokar en konferens gör det en gång om året om ens det. De behöver hjälp och då måste konferensanläggning ställa frågor, så att kunden får det som behövs för ett bra möte. Då först kan det skrivas offert med allt som kunden behöver med ett totalpris och gärna ett pris per deltagare.

Uppföljning

Två anläggningar hörde av sig via e-post innan den 19 januari (beslutsdagen) och frågade om beslut fattats. De fick till svar att beslut tas den 19 januari.

På beslutsdagen måndagen den 19 januari var det en anläggning som ringde och fick besked att beslutet var flyttat till den 26 januari. De tre följande dagarna var det en om dagen som hörde av sig. Totalt var det fyra som gjorde uppföljning under den veckan!

Den 26 januari var det en anläggning som hörde av sig per telefon, det var en av dem som också följde upp efter den 19 januari. Ett par dagar senare hörde tre stycken av sig, en per telefon och två via e-post, varav en av dem också hörde av sig efter den 19 januari. För de andra två var det första uppföljningen, nio dagar efter att beslut skulle tas!

Sedan kom det ytterligare en den 29 januari per telefon, denna anläggning var den enda som gjorde uppföljning den 19 januari. Anläggning har hemligt telefonnummer. Det går inte att ha hemligt telefonnummer som säljare då det är allt för många som knäpper bort den typen av telefonsamtal.

Totalt gjordes det uppföljningar från sex konferensanläggningar av 17 (35 %), dvs från en tredjedel av de som skickat offert. Några av dem är knappast uppföljningar när det sker nio dagar efter beslut.

Slutsats

Det tog i de flesta fall lång tid mellan det att förfrågan skickades och någon form av svar kom in. Det kan bero på att många valde att arbeta fram och skicka en ”komplett” offert direkt istället för att först ta reda på kundens behov.

Att inte svara alls som två gjorde, är förstås ett grovt fel.

En offert som skickas utan att man har stämt av förutsättningarna med kunden och som därför innehåller fel eller är ofullständiga är inte bara missledande för kunden, det bäddar för konflikter när kunden och anläggningens syn på vad som är beställt går isär.

En stor del av offerterna överlät åt kunden att räkna samman vad det skulle kosta totalt, vilket ger ytterligare en felkälla samt är ett irritationsmoment för kunden.

Över hälften av de som skickade offert hade bristande rutiner för uppföljning och följde upp för sent eller inte alls.

Tips och råd

Använd en allmän adress dit ni styr alla förfrågningar, t ex bokning@mindoman.se eller info@mindoman.se, och inte en namngiven person som kanske inte är på plats.

Svara alltid på alla förfrågningar då uteblivet svar inte är ok. Det kan räcka med ett vänligt "Tack, men vi har fullt. Kan vi hjälpa er en annan dag?"

Vid en offertförfrågan måste ni ta reda på vad kunden behöver för sitt möte. Det är ni på konferensanläggningarna som skall vara proffs på möten och hur de ska vara uppbyggda så att kunden är helnöjd när han åker hem. Det gäller service, mat, boende, lokaler, men framförallt mötets syfte, genomförande och resultat. Ni ska hjälpa företaget med de förutsättningar de behöver för ett lyckat möte.

Passa också på att ta reda på om ni kan erbjuda kunden något mer utöver det de själva efterfrågat. Ett besök i relaxavdelningen, en aktivitet, en uppgradering av middagen mm. Ta chansen till merförsäljning!

Efter att ni tagit reda på ”allt” skriv då offerten på en sida eller två (gärna som pdf) med det som efterfrågats med totalpris och gärna pris per deltagare. Som en separat del i offerten kan ni också erbjuda olika mervärden som kan bokas till.

Stäm av offerten efter någon/några dagar med ett telefonsamtal eller via e-post för att ta reda på att ni fått med allt kunden behöver.

Ta reda på när beslut ska fattas och gör en uppföljning omedelbart efter det.

Översikt av anläggningarna och deras resultat

Förfrågan	Stad	Landet	Övrigt	Stor	Liten	Kedja	Kontakt	Offert	Uppföljning	Totalpris	Kommentar
Formulär	Ja			Ja		Ja	< 1tim	<3 tim		77 620 kr	Saknas lunch dag 2, ej summerat
Formulär		Ja			Ja		< 2 tim	<3 tim	15 dagar	59 950 kr	
Formulär		Ja			Ja		<3 tim	<3 tim		112 650 kr	Saknas pris för dagsbesökare, ej summerat
Formulär	Ja			Ja			<3 dagar	<3 dagar		80 020 kr	Saknas middag, ej summerat
Formulär	Ja			Ja						-	Ingen kontakt eller offert
E-post	Ja			Ja		Ja	<1 tim			-	Fullbokat, erbjöd sig kontakta systerhotell
E-post		Ja			Ja		<7 dagar	<7dagar		75 350 kr	Ej summerat
E-post			Ja		Ja		<1 tim	<2 tim	2 dagar	83 865 kr	Saknas dagsbesökare
E-post		Ja			Ja		<1 tim	<1 tim		89 090 kr	Saknas dagsbesökare
E-post			Ja	Ja			<3 dagar	<3 dagar	22 dagar	106 200 kr	
Formulär		Ja		Ja						-	Ingen kontakt eller offert
Formulär			Ja		Ja		<3 tim	<7 tim		116 973 kr	
Formulär			Ja	Ja		Ja	<4 tim	<1 dag		165 031 kr	5 extra dubbelrum avräknade
Formulär		Ja			Ja		<4 dagar	<4 dagar	17 dagar	105 560 kr	Saknas lunch dag 2, saknas dagsbesökare, ej summerat
Formulär		Ja			Ja		<1 dag	<1 dag	18 dagar	95 400 kr	Saknas dagsbesökare, ej summerat
E-post			Ja		Ja		<5 tim	<5 tim	11 dagar	120 850 kr	Saknas dagsbesökare, ej summerat
E-post		Ja			Ja		<6 tim	<6 tim	11 dagar	107 750 kr	Saknas dagsbesökare
E-post	Ja			Ja		Ja	<1 tim	<3 dagar	0 dag	89 935 kr	
E-post			Ja	Ja		Ja	<3 tim	<3 tim	3 dagar	94 630 kr	
E-post		Ja			Ja		<1 tim	<1 tim	1 dag	131 262 kr	
Snittpris:	82 525 kr	97 127 kr	114 592 kr	102 239 kr	99 882 kr	106 804 kr				100 714 kr	