

IKU-reportage av BRITT BLOM

INFORMATION

INFORMATION blev ett nyckelord när Informationskommittén för FFV Underhåll IKU, samlades den 21 november.

Både ledningens och fackens representanter var överens om att informationen inom sektorn måste förbättras.

– Det talas så mycket om "målsamverkan", men personalen nere i linjeorganisationen upplever ändå att de inte "får vara med", sa Börje Sturk, SF, Arboga.

Sektorchef Tommy Johansson inledde IKU-mötet med att informera om organisationsundersökningen, som utförts av konsult Thomas Ståäv.

Han har nyligen presenterat resultatet av denna undersökning, baserad på bland annat intervjuer med anställda angående sektorns nya organisation.

– Resultatet visar, att vi har kommit en bra bit på väg. Det finns en livskraft i vår nya organisation. Vi skulle inte ha klarat 1984 så bra ekonomiskt, relativt sett, om inte resultatänkandet fungerat redan detta "inkörningsår", sa Tommy Johansson.

Beröm åt personal

– FFV Underhåll har marknadsfört sig på ett helt annat sätt under 1984. Alla inblandade ska verkligen ha en eloge för sitt arbete på marknadssidan, fortsatte han.

Informationsbrist

– För den enskilda människan har kanske organisationsförändringen upplevts negativt i vissa avseenden. Sammanfattar vi Ståävs undersökning, är det framförallt den bristfälliga informationen som orsakat problem, sa Tommy Johansson.

Denna uppfattning delades av både SF:s och FCTF:s representanter.

– Företaget måste klargöra tydligt för alla anställda vad man egentligen vill åstadkomma. Det pratas så mycket om "resultattänkande" och "mål-

samverkan", men själva grundtanken bakom har aldrig kommit ut ordentligt i linjeorganisationen, sa Börje Sturk och fortsatte:

– Det är svårt att få personalen att acceptera mer övertid så länge varlen ligger kvar. Här måste informationen nå fram till den enskilde, om förståelsen ska kunna öka.

Ingemar Vilnersson, FCTF Linköping, uttryckte liknande tankegångar:

– Det finns utan tvekan en oro bland våra medlemmar på grund av bristfällig information, sa han.

– Det är till exempel svårt att förstå budgeten. Den borde förklaras närmare för de enskilda avdelningarna eller sektionerna, så att alla kunde få klart för sig vad det handlar om, sa Hugo Matsson, FCTF, Östersund.

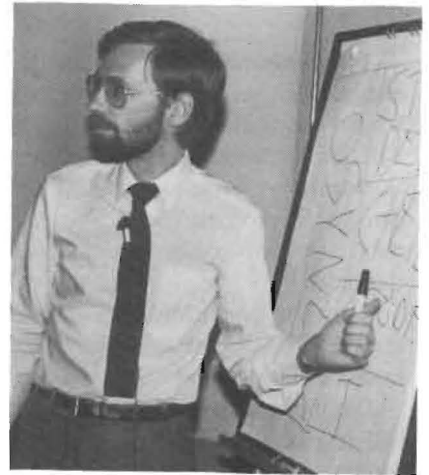
– Det enda vi hör är att vi måste bli

effektivare, men vi får inte veta hur det ska gå till, tillade han.

Lösning på problemet?

– 1984 har varit ett "förändringens år". Nu ska vi ta lärdom av de negativa sidorna. "Smekmånadsåret" är förbi. Nu måste det bli ordning på detta

3000 säljare i FFV-U



Dr Christian Grönroos "trollband" 150 FFV-are m fl vid sitt seminarium om tjänsteföretagets marknadsföring. Även representanter för FMV, FFVEL, ASE och facken vid CVM och CVA deltog.

Sidan 3

MBL-förhandling

Varsel hävs... med undantag för CVÖ

Efter IKU-mötet hölls MBL-förhandlingar om flera av de på mötet behandlade frågorna: Budgeten, personalfrågan, personaltidningen (se referatet ovan) samt helikopterunderhållet i FFV.

Sektorledningen ska lägga ett förslag i internstyrelsen den 4 december om att nuvarande generella varsel ska upphävas senast den 15 januari 85. Detta

gäller inte lagt varsel för 46 anställda vid division Basmateriel. Men nytt varsel kan bli följden av pågående utredning om tillverkningsavdelningens framtid och dimensionering vid division Flygteknik i Malmslätt.

Budgetförslaget antogs.

Beträffande helikopterunderhållet i FFV ska kostnadskonsekvenserna för olika alternativa handlingslinjer studeras.

IKU-reportage, forts...

med information till alla anställda, sa **Börje Sturk**.

– Och direktiven ska komma från sektornivå, sa **Sven-Åke Överström**, SF, Linköping.

Från ledningens sida var man helt överens om att en förbättring beträffande informationen måste komma till stånd.

– Här spelar vår kommande satsning på en ny sektortidning för personalen en mycket viktig roll. Men vi måste också få ordning på planeringsamtalen på divisionsnivå, sa **Tommy Johansson**.

Personaltidningen

Tommy Johansson informerade IKU om planerna på att slå ihop de nuvarande lokala personaltidningarna med U-Aktuellt och göra en **gemensam sektortidning**. I första hand ska detta ske på prov och syftet är att stärka samhörigheten och informationen inom hela sektorn.

Efter sedvanliga MBL-förhandlingar enades IKU om att den nya sektortidningen ska få göras på prov i två månader, att tidningen ska komma ut var fjortonde dag, samt att de lokala inslagen ska förekomma i samma utsträckning, som i nuvarande lokala personaltidningar.

Efter den genomförda provperioden ska sektortidningens vara eller icke vara diskuteras på nytt.

Det betonades starkt från fackligt håll att sektortidningen bör komma ut regelbundet, om den ska kunna fylla sin funktion.

Ekonomi och varsel

– Division Service kommer under våren 1985 att anordna kurser i ekonomi för sina anställda vid FFV Underhåll.

Detta budskap förmedlades vid IKU-mötet och mottogs med tacksamhet, sedan budget och långsiktplan presenterats för de närvarande.

– Hur jag än räknar, kan jag aldrig få de här siffrorna att gå ihop, suckade **Erik Werner**, FCTF, Arboga.

Det gällde att hålla det matematiska sinnet i trim, när chefen för sektorstab Ekonomi, **Hans-Olov Jacobsson**, presenterade budget för 1985 och redovi-

Information till alla anställda **En samling kring flyg**

Den strategiska långsiktplanen (LSP) skisserar framtiden med siktet inställt längre fram än i det vanliga budgetarbetet.

Om några dagar får alla anställda ett brev från sektorn. Innehållet är en tryckt information om vår strategiska långsiktplan, LSP, med titeln "En samling kring flyg".

Våra fyra huvudaffärsområden, lönsamhetsmål, vår framtid, belyses i denna information. Varje anställd vill säkert veta detta, som fastställts i samråd mellan företaget och de fackliga organisationerna.

U-Aktuellt har då och då rapporterat om arbetet med LSPn, och här har vi nu resultatet samlat. En huvudrubrik är "Utvecklingen kräver fortsatt anpassning"; där kommer bekräftelse på

sade årets ekonomiläge för tredje kvartalet.

Siffror och tabeller – "grekiska" för den oinvidge – visade att FFV Underhåll kan skönja en viss optimism i ekonomiskt hänseende inför framtiden.

Vinsten till och med tredje kvartalet 1984 är drygt 22 miljoner kronor före bokslutsdispositioner, vilket är fyra miljoner kronor mer än den budgeterade vinsten. Denna vinst räcker dock inte till att betala hela räntan på statskapitalet. Ref U-Aktuellt nr 20.

– Divisionerna har utvecklats kraftfullt. Division Avionik har den bästa avkastningsgraden, men även Flygteknik, Motor och Service har nått goda resultat, sa **Hans-Olof Jacobsson**.

Division Basmateriel

har gått med förlust. Till stor del beror svårigheterna på att FMV minskat sina beställningar på basmaterielunderhåll från tidigare i storleksordning tio miljoner kronor till bara drygt en miljon.

Som en följd därav ska halva verkstadsstyrkan bort. Varsel är lagda för 30 R-anställda och 16 L-anställda.

I september 1985 ska division Basmateriels situation granskas på nytt. Det är då det ska visa sig, om mark-

en mängd tidigare informationer i dessa trygghetsfrågor.

När du läser LSPn, observera att sektorns bedömning att minst 150 verkstadsjobb försvinner gäller under de närmaste tre åren. Vid IKU-mötet rapporterades att detta under 1985 berör ca 20 jobb. Det bör tilläggas att de 46 varslen vid CVÖ beräknas resultera i avgångar först under 1986.

Under perioden fram till 1988 sker ju för övrigt fortlöpande anpassning av resurserna i sektorn. Samtidigt görs kraftfulla marknadssatsningar för att förbättra läget.



Rubrikordet "flyg" är innehållsrikt. Det innebär här, förutom flygunderhåll, armé- och marinmateriel, elkraft och fordon.

Vart vill vi nå, hur ska vi komma dit? Studera våra planer för FFV Underhåll åren 1984-1987.

Och du! Spara denna information, diskutera den, håll informationen levande, så blir det lättare att förstå den kommande utvecklingen på jobbet. ■

nadsbedömningen varit riktig.

– Men när man är så osäker på resultatet, att man måste ha en kontrollstation i september, var det då inte för tidigt att gå ut med varslen redan nu?, undrade **Alf Lööf**, SF, Östersund.

Han föreslog också, att företaget skulle vänta med de individuella varslen till efter jul, när man sett slutresultatet av årets ekonomi.

– Nej, det vore värre för alla de som jobbar i Östersund att behöva gå i ovisshet hela julhelgen. Nu får de som ska varslas besked före jul. Övriga kan dra en lättnadens suck, sa **Tommy Johansson**.

Centrala potter

– Anpassningsverksamheten har blivit svårare i och med den nya organisationen. Kravet på lönsamhet gör, att man inte vill ta emot "anpassningsfall", sa **Börje Sturk** och fortsatte:

– Vi vill därför ha en central pott i nästa års budget, så att vi kan klara anpassningsproblemen, utan att behöva gå via divisionerna.

Samma sak gäller förslagsverksamheten. Det är hämmande för förslagsställarna, när de på förhand vet att det inte finns mer pengar till ersättning

inom den egna divisionen.

Samtliga fackliga representanter ställde upp bakom Börjes förslag. Efter förhandlingar i IKU bestämdes, att frågan ska diskuteras vidare i sektorns interntstyrelse, innan något beslut fattas.

Helikopterunderhåll?

I samband med budget och långsiktplan diskuterades även kommande underhållsprojekt för FFV Underhåll.

– Vi är kritiska mot FFV Underhålls sätt att inte gå ut och sälja helikopterunderhåll till Armen. Försvarsdepartementet, borde upplysas om hur fullständiga vi är beträffande helikopterunderhåll, sa **Sven-Åke Överström**.

– Vi har gjort så mycket vi kan och arbetar fortfarande för att hitta en godtagbar lösning, svarade **Tommy Johansson** och lovade att FFV Underhåll ska undersöka vidare om helikopterunderhållet kan hamna i Linköping så småningom.

Sedan idel positiva siffror, med undantag för division Basmateriel, presenterats som "vind i seglen" för FFV Underhåll, kom **Börje Sturk** med ett förslag:

– Är det inte dags att ta bort varslen åtminstone för Arbogas del? Det skulle kännas som en lättnad för alla som jobbar här, sa han.

– I och för sig har du rätt. Men vi ska inte häva varslen ännu. Vi ska avvakta pågående utredning om inriktning och dimensionering av Tillverkningsavdelningen i Malmslätt, sa **Tommy Johansson**.

Nya spelregler

Spelregler är intressanta för alla som deltar i spelet.

Därför väckte **Tommy Johansson** stort intresse vid IKU-mötet där han presenterade spelregler för division Service. De ska ges ut som sektorinstruktion, Si.

Det handlar om att "köpa och sälja", den nya sektororganisationens filosofi, samt hur detta ska fungera i praktiken, när det gäller division Service tjänster.

– Köpa-sälja-filosofin upplevs som synnerligen stressande bland våra medlemmar. På lokalvårdssidan är oron stor för att vissa avdelningar ska finna det mer lönsamt att köpa städning utifrån, sa **Erik Werner**.

– Det ligger verkligen en fara i att

låta avdelningarna börja köpa tjänster utifrån på eget bevåg, instämde **Ingemar Vilnersson**.

– Vi är fullt medvetna om denna oro. Därför har vi arbetat fram spelregler för division Service. Reglerna innebär, att man i första hand ska köpa behövliga tjänster av division Service, svarade **Tommy Johansson**.

Konkurrenskraftiga

Reglerna ska medverka till att division Service skärper sin konkurrenskraft inom FFV Underhåll. **Arnold Junflo**, divisionschef för Service, kommer att skaffa fram jämförbara priser för olika åtaganden.

– Division Service uppgifter är lika viktiga och nödvändiga som andra di-

visioners. De bidrar på sitt sätt till sektorns totalresultat. Detta måste klargöras, sa **Tommy Johansson** och fortsatte:

– En av spelreglerna innebär, att innan man köper tjänster utifrån, ska detta vara överenskommet mellan Service och användaren. Kan man inte komma överens, förs ärendet vidare till sektorledningen. Därigenom kan inte avdelningarna utan vidare bestämma sig för att gå förbi division Service.

– Samtidigt måste vi inse att det är positivt när avdelningar börjar fråga sig hur mycket service man verkligen har råd med. Det visar ju att detta med resultatänkande nått ut i linjeorganisationen, sa **Tommy Johansson**.

Britt Blom, SD05

Försvaret minskar

Utöver Britt Bloms reportage från IKU kan tilläggas följande:

Vid **Bengt Nilssons** genomgång av order- och faktureringsbudget påtalade han att sektorn måste räkna med en allmänt minskande volym från svenska försvaret, att motorunderhållet varierar starkt, att mjukvarubeställningar minskar, men att vi får en kraftig ökning på civil- och exportmarknaden.

Rolf Forsell informerade om budgeten för teknisk utveckling, där fem projekt dominerar.

Personalutvecklingen

föredrogs av **Rolf Forsell**. Man bedömer att sektorn fram till årsskiftet 1985/86 förväntas minska antalet R-

anställda med cirka 20, men att antalet L-anställda ökar med cirka 85.

Nya utredningar

Sektorn har engagerat en konsult för att formulera direktiven för en utredning om den framtida administrativa utvecklingen, AU. Direktiven beräknas bli klara om några veckor.

En annan konsult arbetar nu med att bistå med synpunkter på sektorns ekonomistyrning inklusive rapporteringssystem.

Ingemar Lindstrand, SD50

*

I en nära framtid ska jag skaffa mig ett förflutet.

*

Minus gånger minus är lika med plus och plus gånger minus är lika förbannat lika med plus, om man ser det hela positivt.

(Blandaren)

3000 säljare i FFV-U



– Det är föråldrat att i tjänsteföretag söka effektivare lösningar på lönsamheten genom rationaliseringstryck, ta bort folk osv. Hur fin teknik man än har är det ändå människorna som behövs för att konkurrenskraftigt sälja produkter och service.

Detta konstaterade professor **Christian Grönroos** inledningsvis, när han ledde ett seminarium i marknadsföring av tjänster, som

Ingemar Lewin SL00 och Ingemar Hansson div E diskuterar.

division Service bjöd 150 huvudsakligen FFV-U-are på den 21 november.

De mycket entusiastiska deltagarna följde med stort intresse hans seminarium, "Att utveckla tjänsteföretagets marknadsföring".

– Vad är det som **AVGÖR**? Andra människors villkor, svarade han. Kunderna **ÄR** inte så rationella, de är människor, och deras beslut fattas inte heller sådär rationellt.

Konsekvensen

är att vi måste erbjuda verklig service, att erbjuda det som tillfredsställer både de irrationella och de rationella faktorerna.

Den mänskliga resursens betydelse måste framhävas, den är avgörande. Framgångsrik serviceförsäljning börjar med att betrakta saken från kundens synvinkel. Hur ser kunden ut?

Kunden är flera personer, olika individer, och människor spelar olika roller. Många är påverkare. Påverkare kan vara springpojken som är missbelåten, misstanken sprider sig...

Ungefär sådär allmänt mjukade föreläsaren upp åhörarna innan han utvecklade **servicens betydelse** och innebörd i all försäljning.

Alla som påverkar

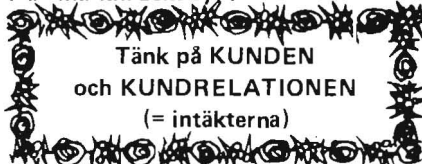
kunden ingår i marknadsföringen, både synliga och osynliga faktorer beror på företagets människor.

Detta låter självklart när en erkänd forskare säger dessa beteendevetenskapliga sanningar. Men det gäller att alla i företaget förstår **kundnyttan** med det man gör; svarar i telefon, pratar i bastun, visar omtänksamhet mot alla – ställer upp.

Förstår man inte detta kan man

tappa lusten. De anställda måste informeras bättre om allt detta.

Man ska förstås satsa på rationaliseringar, teknisk utveckling osv, men **utifrån marknadens syn.**



**Tänk på KUNDEN
och KUNDRELATIONEN
(= intäkterna)**

Så bör man göra sitt tänkespråk. Fokuseringen ska inte vara kostnadsnär utan intäkterna.

Pratet om "kunden i centrum" är en förligad, abstrakt syn. **Kundrelationen i centrum** är riktigt som tankemodell.

Grönroos analyserade och exemplifierade **egenskaper hos tjänster**, att de t ex i sig är abstrakta, i sig aktiviteter, produktion och konsumtion sker oftast samtidigt, kan inte lagras och är svåra att värdera för kunden före köpet.

Marknadsföring

är att planera och styra köpmotiven, samtliga resurser och aktiviteter som har inverkan på marknadens köp- och konsumtionsbeteende på både kort och lång sikt. Traditionell marknadsföring är bra på att få till stånd förstagångsköp, men sen...

Roliga, slående exempel fick oss att glömma tiden.

En motiverad

och försäljningsintresserad personal i företaget, det är målet för intern marknadsföring. Den interaktiva marknadsföringen – den som bygger på varaktiga personliga relationer mellan oss och kunderna – griper in i stora delar av tjänstproducerade företag. (Vad vore FFV-U utan sina många skickliga säljande tekniker?!)



Fackrepresentanterna Arne Törnroth SF/CVM och Kurt Johansson FCTF/CVM diskuterade lika intresserat som övriga "seminarister".

I en framtida tilltagande konkurrens klarar sig inte tjänsteföretag som begränsar sin marknadsföring till den traditionella marknadsföringsfunktionen.

Företagets profil (image) i kundernas ögon är avgörande. Att utbilda personalens kommunikationsförmåga, att informera aktivt poängterades. Trovärdiga interna kanaler – t ex personaltidningens (pedagogiska) värde – belystes.

Drivminor

är ett dödligt hot mot sjöfarten. Missnöjda kunder är våra "drivminor". De exploderar kanske inte men sprider explosionsartat negativa omdömen om det företag som de känt sig utstötta från, som de retat sig på och lämnat.

Staplade teser

som ovanstående ger inte någon rättvisa åt seminariets innehåll och värde.

Alla deltagare som jag talat med är mycket positiva till denna studiedag. En röst ur mängden, huvudskyddsombudet för SF-anställda vid CVM, Arne Törnroth, säger:

– Det är vi, hela personalen, som är den bästa reklamen för företaget; hur vi jobbar och uppträder mot kunderna. Seminariet bekräftade detta på ett övertygande sätt. Jag tycker att arbetsgivaren ska stimulera sina anställda att tycka om jobbet och därmed få en positiv inställning till kundernas behov.

Vill du veta mer

om dessa dr Grönroos lärdomar så finns bortåt 150 nyfärlsta lärjungar att fråga. De har seminariematerial att stödja sin förkunnelse på. Sök upp någon och diskutera denna väsentliga vetenskap.



Föreläsaren var rolig också

Ingemar Lindstrand