



GER DRAGHJÄLP. Karolina Flinks pappa Roine Flink lade grunden till Avisita med bokningssajten Hotellguiden.se genom familjens it-bolag som fortfarande driver webbhotell och gör webbsidor. FOTO: CICCIONI

Di FAKTA

Avisita

- Omsättning (sep 2008 –aug 2009): 18 Mkr.
- Resultat e fin (sep 2008 –aug 2009): 0,4 Mkr.
- Anställda (2009): 30.
- Förra året hamnade Avisita på plats 66 av Gasellföretagen i Västra Götalands län.

FRÅGVIS FIGUR. "Nicke Nyfiken-dockan är egentligen mina barns, men han har blivit ett slags symbol för att vi hellre är alerta och nyfikna än som en seg Alfons Åberg som bara väntar och säger 'ska bara'", säger Karolina Flink. FOTO: CICCIONI

Resebokare väljer ny rutt

Hård nätkonkurrens tvingar fram innovativa tjänster

KALLERED

Bokningsbolaget Avisita hade redan 1995 en söktjänst för hotellrum på internet. Nu har konkurrensen hårdnat och marknaden förändrats. Men tack vare vd:n Karolina Flinks nyfikenhet är bolaget i dag ett Gasellföretag med nya innovativa lösningar på lager.

Karolina Flink började sin entreprenörsresa när hon var tolv år. Då skrev hon fakturorna för sin pappas alla bolag. I dag är hon vd för familjeföretaget Avisita.

"Det är en fantastisk känsla, en otrolig frihet. Som företagare har man ett djupare engagemang och vågar vara kreativ på ett annat plan. Det är dessutom väldigt roligt att testa idéer och se sina medarbetare utveckla dem", säger hon.

Lyfte med callcenter

Avisitas stora lyfte kom 2005, då ett av världens största flygbolag flyttade sitt skandinaviska callcenter från Irland

till Avisita i Sverige. 30 anställda skötte all bokning och kundservice på svenska, norska och danska för flygbolaget och Avisitas verksamhet växte, både i omsättning och med antal anställda.

Kraschade i flygkrisen

I samband med den globala finanskrisen drabbades dock flygbranschen hårt och Avisita förlorade uppdraget för ett år sedan då flygbolaget flyttade bokningen till en egen internationell kundtjänst.

"Då var det tufft att vara egen och veta hur man ska agera. Förhandla med facket och säga upp personalen som



FICK SKJUTS. Avisitas nätbokningskoncept tog fart med Rally Sweden i Värmland förra året. FOTO: MICKE FRANSSON

man själv anställt. Men det var bara att kavla upp ärmarna och försöka se framåt. Nu är det väldigt roligt igen", säger Karolina Flink.

Vinner på helhet

Anledningen till de positiva tongångarna är en lyckad förädling av kärnverksamheten, bokning och kundtjänst.

"Genom flyguppgdraget insåg vi att det finns mängder av evenemang och företag

som har behov av vårt bokningskoncept. Vi har ju hela bokningsorganisationen med bokningssystem, personal med branschkunskap, hotellavtal och callcenter", säger Karolina Flink.

Tog fart med rally

Tillsammans med försäljnings- och marknadschefen Kristina Kristoffersson skapades bokningskonceptet Avisita Online Solutions. Det lanserades i januari

2010 med Rally Sweden i Värmland som första uppdragsgivare, ett av Sveriges största sportevenemang med närmare en halv miljon besökare på fyra dagar.

"Avisita är spindeln i nätet för svenska rallyts bokningsverksamhet, men besökarna vet knappt att vi existerar. Så är det ofta, vi levererar bokningsbara produkter och bokningslösningar till företags kundklubbar, tidningar, medlemssajter på internet och andra företag och evenemang som vill erbjuda mer värdet av onlinebokning av hotell och paket. Till exempel Live it och SJ Upplevelser", säger Karolina Flink.

Samlar olika lösningar

Avisita har avtal med cirka 500 leverantörer i hela Norden som säljer sina hotell- och turismprodukter via Avisitas bokningslösningar och distributionskanaler, allt från upplevelser på landsbygden till fem-stjärniga hotell i storstäder.

Bokningarna i systemen ökade med nästan 130 procent under 2010.

Hotell- och turismbranschen är väldigt differentierad och teknik och erfarenhet av försäljning varierar stort mellan olika anläggningar.

Riktat sig till branschen

Därför har Karolina Flink skapat ett helt nytt tjänstekoncept, Avisita Smart Tools, som lanseras i början av 2011, med hotell- och turismföretagarna som målgrupp.

"Det är ganska vanligt att väldigt fina turistställen har webbsidor som inte blivit uppdaterats på mycket lång tid. Vårt koncept är en hel verktygslåda där företagen får webbsidor, onlinebokning, callcenter och andra verktyg som underlättar bokning, marknadsföring och försäljning för anläggningarna", säger Karolina Flink.

MICAEL HALLSTROM

micael.hallstrom@di.se

08-573 652 57