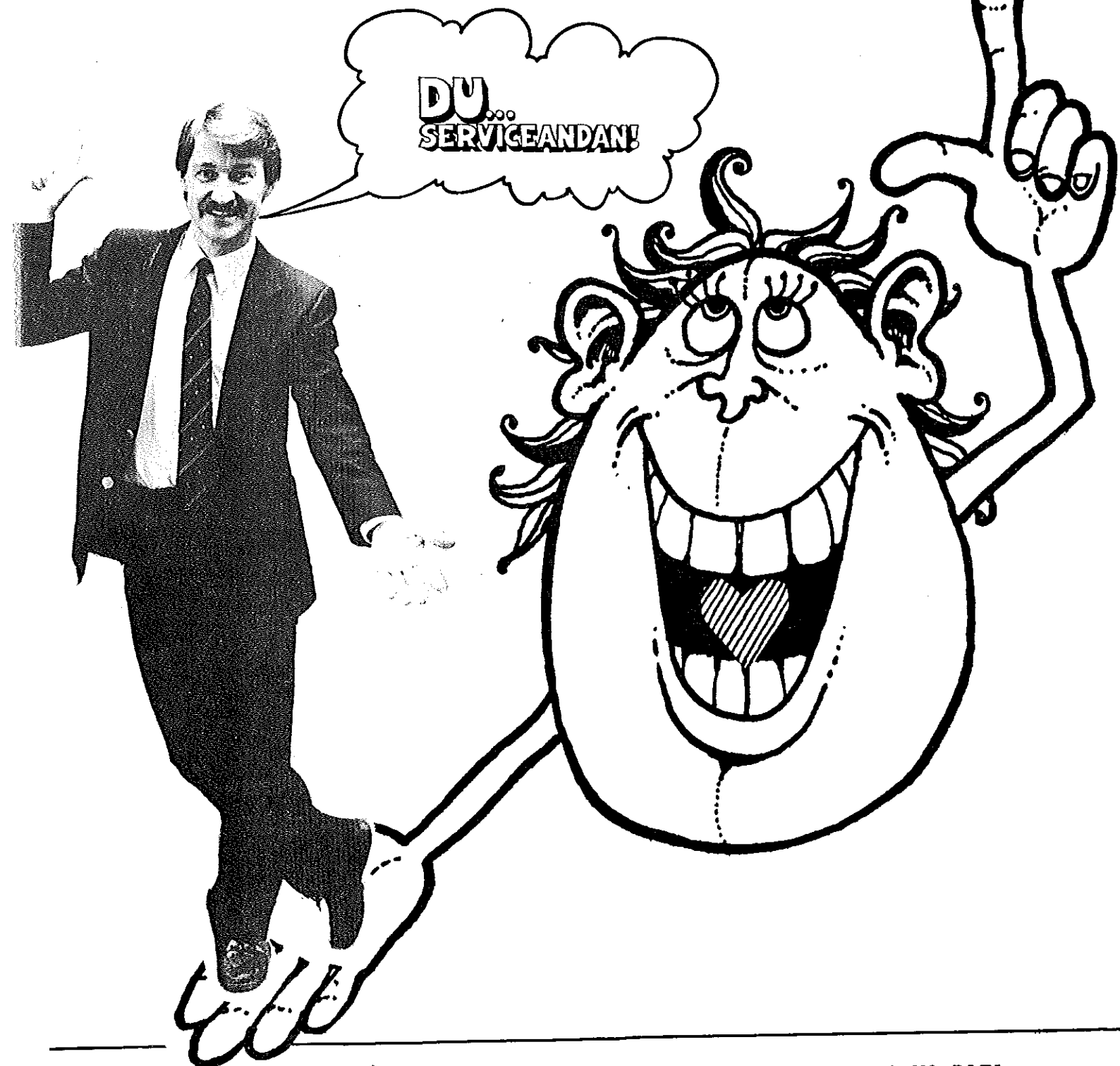


dumpen nr 3 1984

volvo-datas personaltidning



Redaktionskommitté:

Torun Bergendahl
Lennart Bruce
Gunilla Eklind
Eha Norrand
Håkan Sturedahl
Gun Ståhl

ENDAST FÖR INTERNT BRUK VOLVO-DATA

Ansvarig utgivare: Gert Honnér

Foto: Berth-Ake Johansson

Ledare

'OM MO'

Hjulen har börjat rulla!

Som väl de flesta av er märkt har projektet runt marknadsorientering av Volvo-Data kommit i gång och i skrivande stund har vi genomfört personalfest, familjedag och första servicekursen. Mer om dessa aktiviteter kan Du läsa och se längre fram i detta temanummer av Dumpen.

Ursprungligen hade vi till uppgift att åstadkomma en "Businesskurs", vilket också var projektets arbetsnamn i starten. Efter hand som arbetet fortskred insåg vi emellertid att den förändring vi syftade till inte kunde åstadkommas med "enbart en kurs" och projektet kom därför till slut att omfatta ett bredare utbildningsprogram och en kampanjdel. En blandning av "lek och allvar" alltså! Jag tror det är viktigt att vi har kul på jobbet också. Det man tycker är roligt att göra blir oftast väldigt bra.

Projektets övergripande mål är följande:

- * att marknadsorientera Volvo-Data
- * att ge personalen en enhetlig bild av Volvo-Data
- * att utveckla kompetensen och förmågan hos Volvo-Datas marknadskontaktpersoner

Utbildningsprogrammet består av följande kurser:

- * 10 servicekurser
- * 3 kurser i sälj- och förhandlingsteknik
- * specialkurser av flera slag

Samtliga anställda på Volvo-Data berörs av utbildningen.

Förutom dessa kurser kommer deltagarna att engageras i lokala arbetsgrupper under hösten. Syftet med dessa arbetsgrupper är att försöka omsätta i praktiken vad som inhämtats under service- och säljkurserna. Till exempel att upprätta lokala handlingsplaner för egen del eller för avdelningen.

Jag tror att detta lokala engagemang är av avgörande betydelse och därför vill jag redan nu vädja till Er alla att ställa upp helhjärtat på detta. Kursen är en god grund för oss alla att stå på men kan bara bli ett allmängiltigt "recept". Den "personliga smaksättningen" måste var och en göra själv. Resultatet och själva belöningen får vi först om "kakan smakar" våra kunder.

Nöjda kunder är vår belöning!

Parallellt med utbildningsprogrammet löper en kampanj dels för att stödja utbildningens budskap dels för att profilera det vi står för i samband med bolagiseringen av Volvo-Data. Kampanjen har därför två motton. Det ena, "kvalitet och



IDÉHÄFTE eller "VOLVO-DATAS LILLA BLÅ"



Som del av dokumentationen vid Servicekurserna utdelas det s k Idéhäftet. Omslaget är identiskt med de planscher som finns uppsatta överallt. Häftet är avsett som en lättläst sammanfattning av det som kurserna och hela kampanjen handlar om. Där finns alltså kort beskrivet Volvo-Datas roll i Volvokoncernen, vad vi står för och vilka grundstenar vi vill bygga på. Mittuppslaget antyder de utvecklingstrender som gäller för några av våra affärssegment.

I tio punkter sammanfattas sedan de viktigaste serviceaktiviteterna alltifrån att sätta kunden i centrum och visa serviceanda till att skapa en VI - ANDA på företaget.

Slutligen finns på baksidan precisering av vad som menas med serviceanda:

Lyssna aktivt på kunden, respektera tid, ge snabba besked, hålla tät kontakt, ge "det lilla extra", och ta oss tid för varandra - det är SERVICEANDA.

Eftersom alla på Volvo-Data skall gå servicekurs kommer alla att få var sitt servicehäfte i sinom tid. Det begränsade formatet och det förenklade innehållet syftar till att göra häftet lättillgängligt och användbart även efter det att kurserna har gått. Serviceandan skall vi ju behålla länge!



*



kompetens" kan vi stå för redan idag, vilket finns omvittnat av många av våra kunder. Vår vilja och förmåga att ge god service kan emellertid förbättras och därför har vi valt att trycka på detta under mottot:
"Du .. Serviceandan".

Vårt mål är givetvis att kunna stå även för service i ett längre perspektiv. Vi syftar alltså till en förändring med bestående effekt. Kampanjer tar slut och pro-

jekt upplöses. Kvar finns människorna, kunderna och jobbet. Detta är det viktiga. Detta är substansen.

Vi räknar med Dig i denna omgångsprocess. Annars hade vi aldrig startat projektet.
Och Du ...

SERVICEANDAN!

Hans Lackeus
(projektledare)

*

SERVICE - VARFÖR OCH HUR?



Projekt MO syftar bland annat till att vi mer skall utgå från våra kunders önskemål och behov och sedan hitta medel för att tillgodose honom eller henne. Utöver alla de tjänster samt den tekniska och problemlösande kompetens vi då kan ge dem, ligger vars och ens personliga agerande. Vi måste alla ge god service. Service är ju något som alla talar om idag. Det har blivit ett överlevnadskrav att visa god service och detta gäller speciellt oss som tjänsteproducerande företag. Att våra kunder får rätt behandling, var och en efter sina behov, väger tungt när man bedömer oss som leverantör.

Att sätta upp regler och ge riktlinjer för god service kan endast göras i allmänna ordalag. Varje person måste själv finna vägar att ge god service, finna vad som passar honom eller henne.

Och det börjar hos oss själva. En förutsättning för att vi externt skall kunna visa serviceanda är att vi internt, gentemot varandra ger god service. Det gäller att var "hel och ren inunder"!

I utbildningsprogrammet, som finns beskrivet i nedanstående artikel, ligger därför en avsevärd del av tiden på att diskutera och stärka vårt servicemedvetande. De områden som främst belyses är följande:

- * Vad är service? God service resp dålig service?

- * Att både lyssna och förstå vad som menas
- * Att tänka mera positivt och se möjligheter.
- * Analys av problem i den egna situationen.
- * Varför jobbar vi - vad vill vi ha ut?
- * Varför reagerar vi och kunderna som vi gör?
- * Hur får jag fram verkliga behovsområden?
- * Hur presenterar jag bäst idéer och förslag?
- * Att ta och ge kritik.

Serviceutbildningen avslutas med att vi själva tar fram konkreta idéer och förslag på hur vi kan bli bättre vad gäller vår förmåga att ge god service. Allt detta dokumenteras och kommer att distribueras till kursdeltagarna.

När vi lyssnat och förstått servicebegreppet - ja då börjar det egentliga arbetet med att förbättra vår serviceanda.



Kursledningen fr v Lennart Bruce, Leif Nilsson, Kerstin Söderbaum, Björn Malmström och Hans Lackeus

UTBILDNINGSPROGRAMMET I MO



Om kampanjdelen kan ses som ett sätt att markera starten för Projekt Marknadsorientering, är utbildningsdelen det första mer påtagliga verktyget att hjälpa oss att fungera mera marknadsorienterat - i ett smalare perspektiv, uppträda mera servicemässigt.

Service förutsätter dels sådant som vederhäftighet, kunnighet, "att man vet vad man pratar om" och dels ett sätt att uppträda. Ett sätt som har att göra med hjälpsamhet, tillmötesgående, kunna se och svara på varandras och kundens behov.

Detta har varit utgångspunkterna för de mål och den uppläggning vi har haft för de bägge servicekurserna, SKA och SKB. Det innebär att bägge kurserna har ett Volvo-Data-avsnitt som bl a tar upp Volvo-Datas roll i koncernen, Volvo-Datas omvärld, Volvo-Datas marknadsföringsfunktion och kunder samt Volvo-Datas olika verksamheter. Och ett serviceavsnitt som bygger på sådana frågor som vad är service, varför service och hur bli bättre på service.

Volvo-Data-avsnittet genomförs av lilla ledningsgruppen m fl, medan vi för serviceavsnittet engagerat en utomstående konsultorganisation, Mercuriinstitutet.

Mot den här bakgrunden är målen för SKA och SKB formulerade på följande sätt

- att utveckla vår förmåga och vilja att ge service
- att bidra till skapandet av en enhetlig bild av Volvo-Data.
- att skapa kunskaper och insikter om begreppet marknadsorientering.

Vem ska då gå på vilken kurs? Ja, vi har till att börja med sagt oss att "alla ska ha något men alla kan inte få allt". Vi har därefter gått vidare och antagit att somliga sällan har direkt kontakt med kund, medan andra ofta har kundkontakt, ibland parat med arbete att förhandla och träffa större ekonomiska överenskommelser och avtal. Tillsammans med ett antal chefer har vi sedan med denna indelningsgrund fått fram vem som ska gå på vilken kurs.

Majoriteten av deltagarna har ofta kundkontakt och till dem vänder sig servicekurs A (SKA), omfattande två dagar. Servicekurs B (SKB), omfattande en dag, vänder sig till den förstnämnda gruppen, dvs dem som har färre eller speciella former av kundkontakter.

Kurserna skiljer sig åt såtillvida som att SKB är en komprimering av SKA, men innehåll och uppläggning är i övrigt lika. Merparten av deltagarna i SKB-kurserna kommer dessutom att till hösten få för dem speciellt riktad utbildning.

För dem som även förhandlar och träffar ekonomiska överenskommelser kommer en tredje kurs, kallad säljkursen (SJK). Denna kurs tar framför allt sikte på sådana moment som upprättande av offerter och avtal, behovsanalys och förhandlingsteknik. SJK omfattar tre dagar och är internatförlagd.

Samtliga dessa kurser ska vara slutförda före semestern enl nedanstående schema:

SKA1	28-29 mars	Sörred	ca 60 pers
SKA2	2-3 april	"-	
SKA3	5-6 april	"-	
SKA4	12-13 april	"-	
SKA5	16-17 april	"-	
SKA6	28-29 maj	"-	

SKB1	18 april	Sörred	ca 50 pers
SKB2	9 maj	"-	
SKB3	10 maj	"-	
SKB4	11 maj	"-	

SJK1	15-17 maj	ca 20 pers
SJK2	22-24 maj	"-
SJK3	5-7 juni	"-

Det är som Du ser ett omfattande kursprogram som är igångsatt. Många ska agera och framför allt många ska delta. Med andra ord planera Din tid tillsammans med Din chef så Du kan gå på överenskommen kurs. Räkna annars med att tåget har gått ... Hårda bud tycker Du kanske men våra möjligheter att utöka antalet kurser är mycket små och väggarna på Sörredsgården kan vi inte slå ut!

Är då MO-projektet i och med dessa kurser avslutat? Icke! Kurserna kan aldrig bli annat än braständare. Något "måste hända" efter genomförandet, om vi ska ha någon glädje av dem. Därför avslutas varje kurs med ett kortare arbete kring frågan hur vi kan tillämpa det vi lärt oss. En sammanställning görs av de idéer som då kommer fram och dessa ligger sedan till grund för de uppföljnings- och tillämpningsaktiviteter på hemmaplan som vi planerar till hösten. Former och innehåll för dessa aktiviteter är ännu inte beslutade då vi tror att kurserna kommer att generera idéer för detta.

Sammanfattningsvis: Kurserna är viktiga men det som följer efter dem är viktigast. Vid semestern står vi alltså "vid slutet av början"!



I PROJEKTET INGÅR EN SÄLJKURS

Karaktäristiskt för ett företag som vårt som säljer idéer och tjänster, är att vi nästan alla har kontakt med våra kunder - vi har en decentraliserad marknadsföringsfunktion. Detta är en styrka - och ett stort ansvar.

Några av oss har dock ett extra stort ansvar. Det är de som har mycket omfattande kundkontakter, där man i hög grad påverkar våra affärsrelationer. De ska informera kunderna om våra produkter, aktivt vara med och lösa kundernas problem och se till att vi får nya projekt till Volvo-Data från nuvarande eller nya kunder.

För att stärka dessa personers säljande förmåga genomför vi under maj och juni tre säljkurser om vardera tre dagar. Deltagarna till säljkursen kommer från alla delar av Volvo-Data. Där finns affärsansvariga, marknadsansvariga, systemutvecklare, ekonomer, driftsansvariga och konsulter. Totalt blir det ett sextiototal personer som genomgår säljkursen.

Säljkursen är upplagd på tre dagar där Volvo-Data håller i den första dagen och Mercuri Institutet i de följande två dagarna.

Volvo-Datas dag behandlar hur vi praktiskt och formellt skall handha våra kundrelationer i frågor såsom vilka avdelningar och personer skall inkopplas och när? Vad

gäller för regler runt våra offerter och avtal? Vilka affärsetiska regler har vi på Volvo-Data?

Målet med Mercuris två dagar är att deltagarna ska bli bättre i sitt affärsmässiga agerande. Vi skall stärka oss på det svåra området att sälja idéer och tjänster. Här är några av de delområden vi tar upp under kursen.

- * Vad är det för speciellt med att sälja tjänster?
- * Hur förbereder jag mina kundkontakter?
- * Hur ser hela säljprocessen ut?
- * Hur få fram kundernas problem och behov?
- * Vad är våra starka och svaga sidor gentemot alternativa lösningar?
- * Hur presentera idéer och förslag?
- * Hur driver man en förhandling?
- * Hur kan vi bättre utnyttja hela Volvo-Datas kompetens?

I kursen ingår en hel del grupparbeten, som baseras på fall, anknutna till Volvo-Datas verksamhet.



Kursen avslutas med att deltagarna gör upp en handlingsplan, som de kan börja arbeta med, och sedan vidareutveckla i de uppföljningsaktiviteter som ligger i lokala arbetsgrupper under hösten.

SERVICEBOX



Låt som sagt klockan och muggen finnas på Din arbetsplats. Ta en paus och använd muggen, låt sedan klockan påminna Dig om att arbetet nu går vidare med att göra Volvo-Data till ett företag som är känt för sin fina service.

För att ytterligare understryka servicekursens och kampanjens budskap, DU ... SERVICEANDAN, kommer också ett kampanjpaket att delas ut till alla som genomgår servicekursen.

Paketet består av en "SERVICEBOX" som innehåller en kaffemugg med servicebudskapet tryckt på utsidan. Den kan användas till såväl kaffe- och tedrickande och också som penn- eller gemhållare. Ha den gärna framme på skrivbordet så att Du påminner Dig själv och andra om kampanjen.

I paketet finner Du också ett bordsur med budskapet "Du har tid med service" som skall påminna oss om hur viktigt det är att ha tid för våra kunder, ibland stanna upp och låta servicen ta den tid den behöver. Det är få minuter för många av oss men det kan betyda mycket för Volvo-Data.

Affischer och dekalер med servicebudskapet kommer så snart som möjligt att spridas i organisationen. Sätt upp dessa på lämpliga ställen utan att för den skull störa miljön.

Och DU .. glöm inte SERVICEANDAN!



KAMPANJ - OCH

PERSONALFEST BLEV STARTEN PÅ
KAMPANJEN

Få på Volvo-Data har väl undgått att känna att det inte bara ligger vår i luften utan också kampanj.

Som första aktivitet i vårens stora kampanj för att marknadsorientera Volvo-Data mot omvärlden, samlades hela 400 personer på personalfest lördagen den 17 mars.

Många hade valt att följa festkommitténs rekommendationer att först se de populära Galenskaparna som denna kväll körde en matinéföreställning på Stenhammarsalen i sällskap med sång- och spexgruppen After Shave.



Stämningen i Stenhammarsalen blev inte lägre av att vår VD, Karl-Henrik inledde med att formellt trycka på knappen för kampanjen som lyssnar till det spännande mottot DU ... SERVICEANDAN! Det var få personer som trots festtyran, kunde låta bli att känna det viktiga med vår VD:s budskap.

Under resten av föreställningen där spexkonsten och sångarglädjen stod högt i tak, förkunnades Volvo-Datas budskap återkommande i både budskap, sångnummer och bondkomik.

När avslutningsnumret (som naturligtvis var ett extranummer) klingade ut i en ekvilibristisk påannonsering av sportradions signaturmeleri, blev detta postludium för de närvarande Volvodataiterna



PERSONAL —

det preludium som skulle inleda kvällens stora begivenhet Personalfesten på Chalmers.

Efter en välbehövlig promenad för somliga och bussfärd för andra, var det så dax att träda in i nästa festmiljö.



Efter ett glas sherry i foajén i sällskap med brunnsmusik av mäsingssextetten DUVAN var det så dags att anträda matsalen för intagande av matsedel á la Chalmers.

Fiskpaté, kött, gott och rikligt med såväl snaps som franskt lantvin avlöste varandra för att som kronan på verket lägga ett glas av Carlshamns Flaggpunsch.

Detta varvades med bl a välkomsttal av värden, Karl-Henrik, som passade på att påminna sällskapet om de löften som avgivits vid föregående års personalfest. Vär-**10**

den ansåg att han i och med kvällens begivenhet hade hållit sitt löfte, nu återstår för resterande medarbetare att slita ihop till sitt, nämligen att förvandla röda siffror till vita.

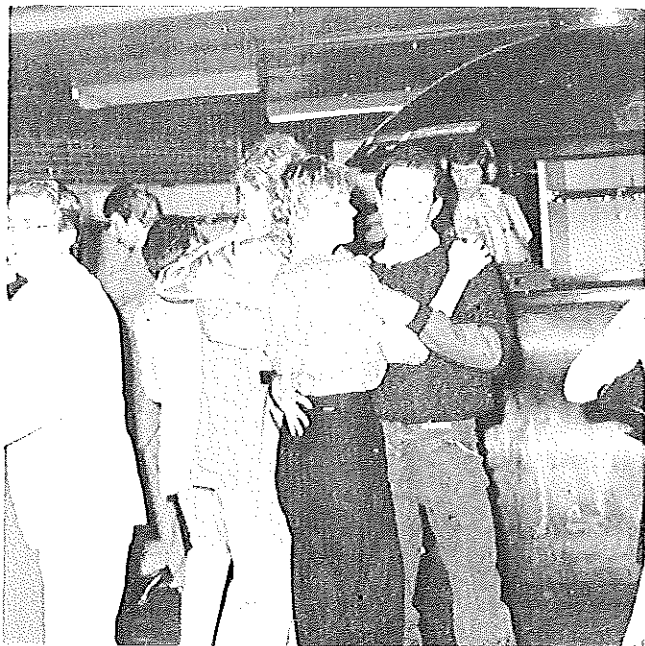
En annan talare, en herr Lackeus, också känd som totalansvarig för hela MO-projektet tog denna kväll också ansvaret för att punchen slutligen hamnade där den skulle. Tempot på inmundigandet kunde dock vara mer "allegretto". Skärpning till nästa år, herr Lackeus.

Denna Lackeus återsågs också senare under kvällen i sällskap med tre spexkolleger som med sång och spetsad humor delade med sig av ett icke oävet antal gamla Chalmers spex.



Jublet stod högt i tak när kvar-tetten lyckades få vår VD att under ett kort ögonblick agera den nedsövda Cesar med hjälp av en narkosvisa.

FEST



Som en kulmen på allt detta avsändes också ett jättelikt fyrverkeri med avslutande hyllning i lysande eldflammar där vårt kära företags logotype avtecknade sig mot den mörka kvällshimlen. För att undvika kluriga frågor hade Informationschefen påpassligt utelämnat AB i firmanamnet.

Sen var det dans och groggar och så gick alla hem till sig.

"FESTNISSE"



Familjedagen i

Strålände solsken, smällande ballonger, musik och massor av folk, framför allt massor av barn. Familjedagen blev en strålände familjefest. Hela 1.100 personer sökte sig till Volvo-Data denna dag. Bara till DA kom det över 400 besökare!

Från och med 1984 är ju Volvo-Data ett självständigt serviceföretag. För att fira detta och samtidigt ge alla anställda chansen att visa sin arbetsplats för sina familjer, beslutades att fira detta med en riktig familjedag. Och en familjedag blev det med besked. Efter att ha besökt sin arbetsplats kunde man åka vidare till Volvohallen där man bjöd på dataspel, trolleri, utställning, musik och mycket annat. Låt oss stanna vid utställningen ett tag. Det är den värd. För det var en "levande" utställning som samtidigt tydligt visade vilken fantastisk bredd Volvo-Data har idag.

"Levande" utställning? ja, faktiskt. Det var inte bara en utställning med en mängd fakta på skärmar. Här fanns även terminaler och människor på plats för att hjälpa den vetgirige att pröva på och få svar på alla frågor. Sedan kunde det handla om MEMO, systemutveckling, publishing, digital ritteknik, smådatorer, Volvo-Datas nätverk eller industrirobotar! Det var bara att välja. Överallt satt både unga och gamla helt fascinerade framför terminalerna. Många fastnade vid dataspelet. Djupt koncentrerade och som uppslukade av bildskärmen. Mitt upp i all denna högteknologi lekte barnen hej vilt med sina ballonger. Eller målade. Det fanns nämligen ett helt bord med kriter och ritpapper för barnen. Ett mycket välbesökt bord!



VOLVOHALLEN,

Klockan närmar sig 12.00 i Volvohallen. Det vimlar av barn. Och det är kanske inte så konstigt. Har föräldrarna en gång knystat om att det ska bli trolleri, så har de inte en chans att komma undan. Missa en trolleri-föreställning? Otänkbart! Och trolleri blev det. Men först passade **Karl-Henrik Hübinette**, VD för Volvo-Data, på att hälsa alla varmt välkomna till Volvohallen.

Sedan var det dags. Inför alla förväntasfulla barn och lika många nyfikna vuxna, uppenbarade sig trollkarlen Kaj. Först fick han hjälp av en liten flicka i publiken som hette **Ida**.

- Ska vi göra Ida till en kanin? frågade han publiken.

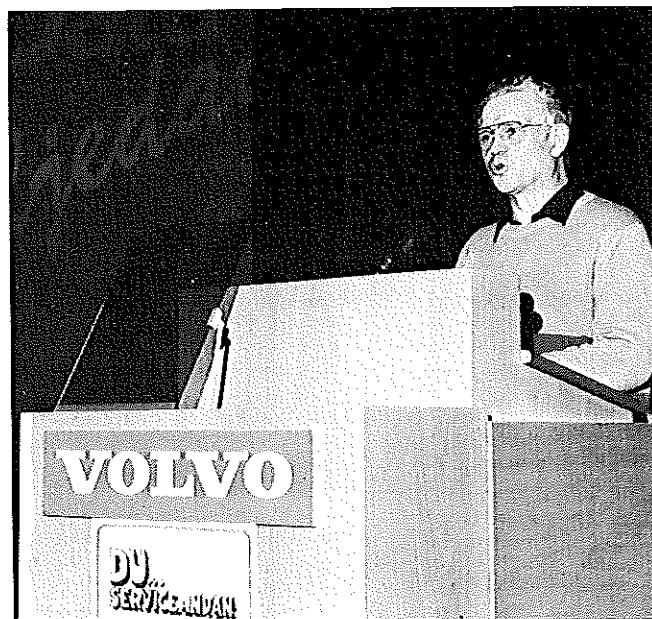
- Ja! skrek alla entusiastiskt, och så blev lilla, blyga Ida en "kanin" med öron av snusnäsduksmodell.

Med hjälp av den magiska trollformeln "Volvo-Data" hjälpte sedan lilla **Anny** och hela publiken trollkarlen att trolla fram både det ena och det andra.

Och så fortsätter det hela dagen med trolleri-föreställningar, filmvisningar, lotterier, ballonger och mycket annat. Är man liten och ska orka med en sådan här dag behövs det lite i magen. Därför bjöd Volvo-Data alla anställda med familjer på fika uppe i HK:s matsal. Vad sägs om kaffe med räksmörgås? Eller Festis, bulle och glass, som barnen fick? Inte dumt, eller hur? Så var det också en ständig ström av människor till matsalen. Barnvarianten med glass och Festis hade en strykande åtgång. En lyckad dag med andra ord ...

*

Reportage och foto under familjedagen: Annika Lundberg och Åke Mattsson



Karl-Henrik Hübinette



Hokus, pokus, filiokus.

VÄSTRA FRÖLUNDA,



My, Frida och Oskar.

- Det ska börjas i tid, konstaterar **Hans Jacobsson** stolt när hans telingar, **My**, 8 år, och **Frida**, 5 år och **Oskar**, 2 år rusar bort till en terminal.

Hans är en av de som tog chansen att visa familjen sin arbetsplats i Västra Frölunda när Volvo-Data hade familjedag.

Officiellt har Hans Jacobsson sin arbetsplats vid Volvo-Datas kontor i Västra Frölunda, men han är inte här alltför ofta.

- Vi som hör till Konsultgruppen är ju för det mesta ute hos våra kunder. Det är därför som våra skrivbord ser så "obebodda" ut.

- Men det känns fint att kunna visa familjen det här. Jag försvinner ju tidigt på morgonen varje dag och nu kanske barnen får en bild av vart jag tar vägen på dagarna.

- My, vår äldsta tös, kan redan en del om datamaskiner. Hon känner till hur man handskas med en terminal. Men för Oskar, minstingen, är faktiskt första gången.

- Han har visserligen en egen "datamaskin" hemma, en gammal kassapparat som han leker med, skrat-
tar Hans.

Än så länge är det rätt stillsamt här ute i Västra Frölunda, men så är det rätt tidigt ännu. Till de som redan har tagit sig hit hör **Gunnel Johansson** som är här med sin **Veronica**, 5 år, och sina syskonbarn **Carina**, 9 år, och **Andrea**, 8 år.

- Jag arbetar med ordbehandling här på Text-Center sedan 1978, berättar Gunnel. Lilla Veronica försöker förtjust att med mamma Gunnels hjälp rita en katt på bildskärmen. Det är första gången hon bekantar sig med en terminal.

DATAHUSET och..

Till DA strömmade det formligen floder av besökare hela dagen. På eftermiddagen hade inte mindre än 400 personer besökt DA. En succé helt enkelt.

En av dessa 400 besökare är **Per Eslöv** som passar på att inviga sin lille son **Rasmus**, 6 år, i konsten att spela dataspel. Bägge två helt absorberade av vad som händer på bildskärmen. För Rasmus är det första gången han sitter vid en terminal. Vad han tycker?

- Bra, säger Rasmus, kort och koncist, som om han vore i en annan värld.

En liten bit därifrån sitter **Moa**, 5 år, och utforskar sin pappas dataterminal. Pappan heter förresten **Willy Svenningsson** och arbetar med minidatorer på avdelning 2560. Och han är verkligen glad åt den här familjedagen.

- Det är bra att få tillfälle till att visa barnen vad vi arbetar med. Det är ju rätt svårt att förklara vad vi jobbar med på den här avdelningen egentligen.

- Tillverkar man datorer så går det ju att peka på en sådan och säga: "Det här har jag gjort". Men gör man program så blir det väldigt abstrakt.

- Det enda sättet du kan ana ett program på är genom att se vad som visas på bildskärmen, säger **Willy Svenningsson**.

Lilla Moa ropar förtjust. Hon har hittat en tangent som gör att terminalen piper! Den blir snabbt hennes favorittangent. Det kan nog vara lite svårare för vuxna, tror **Willy**.

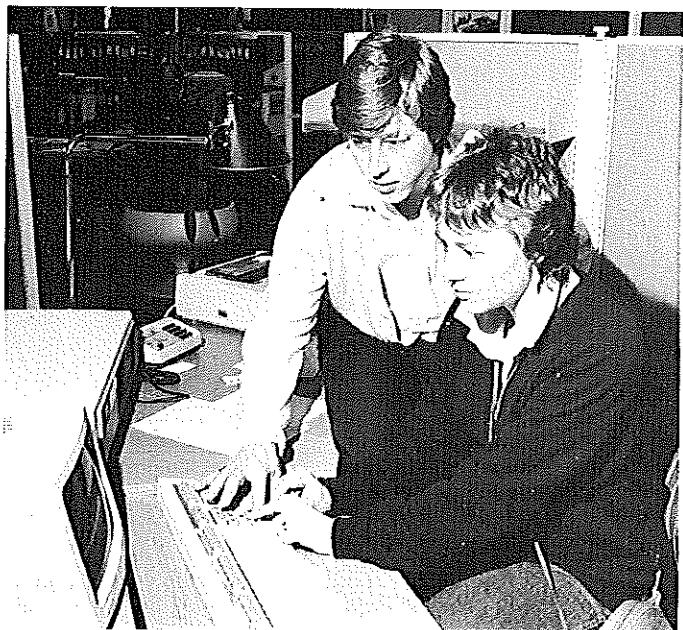
- Nej, det är mycket bra att övriga familjen får en chans att komma hit och se vad vi sysslar med!



Oj, det piper!!!

VAK.

Volvo-Data har ju som bekant en hel del verksamhet i VAK (gamla HK). Och de som arbetar där var inte sena att ta vara på tillfället att visa sin arbetsplats för familjen.



På avdelningen för Systemutveckling sitter **Barbro Carlström** djupt koncentrerad framför en liten terminal. Det är första gången Barbro är här och bredvid sitter hennes **Lars** och förklarar hur datan fungerar.

- Jag funderar på att gå på en datakurs i höst, säger Barbro.

- Jag kan inte mycket om data och det kan ju vara rätt roligt att förstå någonting när Lars och hans kompisar sätter i gång att diskutera data där hemma.

Lars Karlström har arbetat på Volvo-Data i två år nu.

- Ibland känns det lite störande att vara insatt i det här med data och samtidigt höra den debatt som förs i massmedierna säger Lars.

- Det blir ofta uppblåst på fel sätt. Det behövs mer utbildning. Rädslan bottnar ju normalt i okunskap.

Barbro och Lars återgår till sin dator, bägge helt fascinerade.

- Men hur fick du den dit? undrar Barbro.

- Jo, du förstår, det är så här

600 TELEFONER BYTTES

Under helgen den 19-21 mars alltså mitt under pågående personalfest då 400 dataiter festade om i Stenhammarsalen och på Chalmers, höll en annan grupp medarbetare på med någonting helt annat.

Det var dags för utbyte av samtliga telefoner på Volvo-Data. Ca 30 personer från telefonväxeln, Televerket och 2420, tillbringade hela helgen med att byta ut samtliga gamla telefoner mot den nya "knapptelefonen".

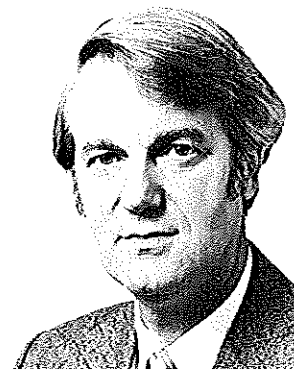
På bilden ser vi arbetet i full gång med den ansvariga arbetsledaren i bakgrunden, **Albert Eklund** från 2420.



DATA PIONJÄR LÄMNA R VOLVO-DATA

För 25 år sedan började Sune Johansson sin bana på Volvo. Närmare bestämt var året 1957 då han lockades till Volvos hålkortsavdelning från en liknande befattning på SKF. Sune befann sig då i början av sin utveckling och han lockades av det öppna klimatet och pionjärandan här på Volvo.

Sune Johansson



När avd 1401 gjorde entré på Volvo började Sune på systemavdelningen och det var just då som den verkliga databehandlingen tog fart. Han fick ta itu med ett materialstyrningssystem för VTV - ett system som i sina grundelement fortfarande existerar.

Sedan blev det placering i Gent under en period och då som projektledare. Det skulle bli fler utlandsuppdrag. Under 1 1/2 år hade han ett konsultuppdrag i Australien och det handlade även då om materialstyrningssystem.

Tunga Fordons systemutveckling blev under en period Sunes område och 1976 lämnade han Volvo-Data för att bli materialchef på Borås-fabriken där han stannade till 1978 då det var dags att gå vidare till en chefsbefattning på AR-service. Tidigare hade AR-service bildats ur en avdelning på Volvo-Data och hörde nu till Intern Service på huvudkontoret ända fram till 1982 då Volvo splittrade sina centrala serviceavdelningar. AR-service blev då åter en Volvo-Dataenhet med avdelningsnummer 2900.

På AR-service har Sune sysslat med många intressanta projekt under de dryga 5 år som han styrt den skutan. Under de senaste åren har han också hunnit med att vidareutbilda sig inom marknadsföring genom studier på kvällstid på IHM. Sin marknadsekonome xamen tog han 1983. Den vill han nu mera konkret få användning av och får också arbeta inom detta område på den nya befattning han tillträdde på PV. Som chef för Ekonomi och Administration på avdelningen Special Sales bedömer Sune att det finns mycket att satsa sin kraft på - ett helt nytt område för honom, som ger honom en ny inriktning. Han upplever själv att han alltid fått möjlighet att syssla med det, som intresserar honom och nu skall det bli spännande att vara med om PV's nya satsningar på marknadssidan.

När nu Sune går vidare inom nya områden inom Volvo vill vi på Volvo-Data tacka för de insatser han gjort för Volvo-Data och passar då naturligtvis även på att önska honom lycka till i sin nya roll på PV.

Gunilla Waller

*

RAPPORT FRÅN Q1

Årets första kvartalsmöte i Volvo-Datas ledningsgrupp hölls 840326-27. Nedan följer ett sammandrag av vad som avhandlades.

LTP

Arbetet med en ny långtidsplan (LTP) för 1985-87 har påbörjats med en formulering av Volvo-Datas affärsidé. LTP-arbetet fortsätter med revidering av mål, strategier och riktlinjer. I slutet av maj skall en första komplett version i föreligga.

Prislista 1985

Produktkalkylerna är inte klara, men inriktningen att sänka maskinpriserna även 1985 ligger fast. Manpriserna däremot kan inte hållas inom de ramar som tidigare indikerats. Volvo-Datas timpriser ligger sannolikt lägst i branschen idag - ca 20% under genomsnittet för jämförbara företag.

Debitering av utnyttjande av programvaror som inte används generellt skall i fortsättningen särrevideras (exempel RAMIS, ADF) och ingå i basmaskinpriset.

Bokslut 1983

Det reviderade kalkylmässiga resultatet blev 2.1 Mkr i vinst, vilket är 1.7 Mkr sämre än budgeterat. Orsaken till att resultatet inte blev bättre, är att försäljningsvolymen för våra mantjänster underskridit budget, medan maskinntäkter och kostnader ökat i sam-

ma takt som volymuppgången i datorproduktionen.

Budget och prognos 1984

Det kalkylmässiga resultatet för 1984 är budgeterat till 8.4 Mkr. Försäljningsutvecklingen under period 1 1984 pekar under budget.

Personalfrågor

Under denna rubrik redovisades bl a personalstatistik och rekryteringsläge. Målet för högsta antalet avgångar från Volvo-Data är 35 (att jämföra med ca 50 avgångar 1983). Hittills i år har vi haft 12 avgångar. Rekryteringen ligger en bättre än plan totalt Volvo-Data.

Utvecklingsavtalet (UVA), som är en påbyggnad av MBL, presenterades. Avtalet skall vara i kraft på Volvo-Data fr o m 840701. En partssammansatt arbetsgrupp under Informationskommittén utformar reglerna för UVA på Volvo-Data.

Generalistutbildning ses mycket positivt på, bl a från 2300:s sida. Innan en försöksverksamhet startas upp måste dock förutsättningar och krav vara helt klara.

Systemutveckling och marknadsföring (avd 2003)

Målen för 2003 är nu i stort klara och överensstämmer med de övergripande målen för ekonomi, personal, kvalitet och prisutveckling. Verksamhetsplanen presente-

rades och i anslutning till denna uttrycktes behov av satsningar inom personal-, organisations- och administrationsområdet.

Därefter redogjorde respektive systemområde samt Marknads- och Metodavdelning för sin verksamhet. 2350 driver PA-80 i mål enligt plan. Verksamhetskompetensen har förstärkts och omfattar nu Ekonomi, Personal och Löner. Inom det sistnämnda området har man planer på att ta fram ett lönepaket för tjänstemän. 2360 valde att redogöra för den växande affären med Volvobil inom avsnittet Affärssystem inom vilket vi och kunden gör stora satsningar med syfte att ytterligare penetrera den svenska marknaden. 2370 visade hur nya tillämpningar växer fram inom planering (IGP) och konjunkturbedömningssystem (VEINS). Vissa bordsdatorapplikationer rapporterades också. 2700 arbetar nu hårt med markandsorienteringsprogrammet (MO). Externförsäljningen, framför allt av MEMO, går mycket bra (över 0,5 Mkr hittills). Därtill kommer KODAK-affären. 2310 har ett heltäckande program inom Metodplan. En prioriterad aktivitet är att etablera nyckeltal för mätning av produktiviteten inom systemutveckling och applikationsförvaltning.

AR-Service

M Ljungström har tillträtt som tf chef. Till följd av vakanser kommer verksamhetens omfattning att underskrida budget. En utredning pågår om konsultverksamhetens inriktning och organisation.

ADB-teknik, Datacentral, Kommunikationsservice samt Kvalitet & Säkerhet

Målen för verksamheten är nu nedbrutna till produkt- och verksamhetsansvariga. Förutom de övergripande målen för Volvo-Data har 2005 även tillväxtmål för vissa verksamheter (t ex inom personlig databehandling). Som ledord för 1984 års verksamhet står vid sidan om kvaitet och kompetens:

- **SLIM** - syftar till att sänka maskinpriserna
- **SESAM** - syftar till en enkel terminalanvändaringsång
- **SERVICE** - syftar till förbättrad och samordnad kundservice.

2100 redovisade DRIFTPLAN-84, som genom en förbättrad arbetsmiljö och organisationsförändringar, skall leda till en ytterligare effektivare datacentral. SLIM visar på besparingar av datorutrustning som såväl kort- som långsiktigt sätter oss i en bättre konkurrensposition. TEKNIKPLAN, som är ett utdrag ur LTP, visar på 3 års sikt hur våra datormiljöer utvecklas samt ger underlag för investeringsplanering. 2130 presenterade planer för det fortsatta säkerhetsarbetet. Höstens kvalitetsseminarium följdes upp och aktiviteter pågår/planeras inom samtliga områden där vi behöver stärka kvaliteten. Vårt Produktivtetsbonussystem är en aktiv del i dessa aktiviteter. 2200:s viktigaste uppgift är installationen av den nya växeln. Denna följer plan och hela installationen beräknas nu vara genomförd till i början av



SKOLAN

SKOLAN SATSAR PÅ MODERN UTRUSTNING
I SINA KURSLOKALER.

För att kunna hävda sig i konkurrensen med externa kursanordnare har SKOLAN i dagarna installerat en BARCO VIDEO-kanon i en av sina kurslokaler på Eriksbergsgården. Vi hoppas att denna nya utrustning i framtiden skall underlätta undervisningsarbetet för våra lärare samt framför allt göra det lättare för våra deltagare att tillgodogöra sig undervisningen.

I stället för att demonstrera menyer, kommandon m m på en overhead projektor kommer lärarna nu via en lärarterminal att kunna visa denna information på en stor duk på väggen.

Detta är ett av leden i Skolans mål att förbättra kvalitén på Volvo-Datas kurser. Andra led är utbildningen av våra lärare samt lärardagar som Skolan ordnar för att höja lärarnas motivation.

Väl mött alltså i nyutrustade kurslokaler.

SKOLAN
Britt-Marie Swärd



november. "All telexverksamhet" skall vara överförd till MEMO 1985. 2500 redovisar produktförnyelseplanerna 840404. 2500-produkterna (IMS, TSO, VSPC m fl) håller nu hög kvalitet. VSPC föreslår man skall förlängas ytterligare 2 år eftersom leverantören kommer att fortsätta stödet och en konvertering till VM/TSO (VIC) garanteras.

Rolf Bäckström

VI-ANDAN

Inte nog med att det ordnas fester och familjedagar ... Som många av er redan märkt har vi på Personal för första gången nu gjort ett försök att sälja företagsmärkta kläder till Volvo-Datas personal.

Vi har tagit fram en V-ringad lammullströja i två färger (grå och blå) och i fem storlekar. Genom att företaget subventionerar era köp har vi, som syntes på familjedagen, kunnat sälja tröjan för 100 kr inkl moms.

På grund av den stora efterfrågan så är den första omgången tröjor nu i det närmaste slut. Vi planerar dock att lägga in en ny order och kommer därför att ta emot ytterligare beställningar från er fram t o m den 25 april. Beställningsblanketter och provtröjor finns hos oss på Personal. Du kan även skicka en beställning via MEMO.

Har Du andra idéer och uppslag när det gäller

- att stärka VI-andan
 - att öka trivseln på jobbet
- så tar jag gärna emot även detta på memoid:2450GS

Gun S

*

ORGANISATIONSNYTT

Margareta Ljungström är fr o m 840322 t f chef för AR-Service, 2900. Margareta anställdes på avdelningen redan 1972 och har dessförinnan hunnit med ett år på Riksrevisionsverket samt ett jobb som assistent på Statistiska Institutionen vid Handelshögskolan/- Göteborgs Universitet.



*

*

Så läser du semesteruppgifterna

Uppgift om intjänade semesterdagar för semesteråret 1984-04-01-1985-03-31.

- 10 Så här många dagar semesterledighet har du rätt till under semesteråret 1 april 1984 till 31 maj 1985.
- 11 Av de dagar som anges under 10, har du så här många med semesterlön.
- 12 Så här mycket har du i semesterlön/dag (gäller endast arbetare)
- 13 Av din semesterledighet får du, om du så vill, spara högst så här många dagar.
- 14 Om du sparar dagar får du ta ut dessa under vilket semesterår du vill under tiden 1 april 1985 till 31 maj 1990. Sysselsättningsgraden påverkar din semesterlön per dag.

Sparade semesterdagar från tidigare år.

- 20 Här anges det sista datum för uttag av tidigare sparade dagar.
- 21 Det antal sparade dagar du har har sedan tidigare år.
- 22 Semesterlön/dag för dina sparade dagar (gäller endast arbetare).

För uttag under semesteråret 1984-04-01-1985-03-31.

- 30 Så här många dagar semesterledighet måste du minst ta ut före 31 mars 1985. OBS! att semesterdagar som sparats i fem år måste tas ut.
- 31 Så här många dagar semesterledighet kan du högst ta ut före 31 mars 1985.
- 32 Av de dagar som anges under 31 har du så här många med semesterlön.

För deltidsanställda att beakta.

- För intermittert deltidsarbete gäller att semester skall förläggas till både arbetsdagar och arbetsfria dagar.
- Ex Den som arbetar halvtid skall för varje semesterdag som förläggs till en arbetsdag även förlägga en semesterdag till en arbetsfri dag.

VOLVO

SEMESTERUPPGIFT

ANDERSSON, ALDERS 12345
SEMESTERGATAN 6 111111
642 13 SOMMARI

Uppgift om intjänade semesterdagar för semesteråret 1984-04-01--1985-03-31

Rätt till semesterledighet (10)	Antal dagar med semesterlön (11)	Semesterlön per dag (12)	Rätt att spara semester (13)	Allt uttaga semester (14)
25 DGR	25 DGR		5 DGR	1990-03-31

Sparade semesterdagar från tidigare år

Allt uttaga semester (20)	Dagar med semesterlön (21)	Semesterlön per dag (22)
1984-03-31	5 DGR	
1985-03-31	5 DGR	

För uttag under semesteråret 1984-04-01--1985-03-31 gäller

Minsta tillåtna semester (30)	Sista möjliga semester (31)	Varer med semesterlön (32)
30 DGR	35 DGR	35 DGR

- Vid förändring av sysselsättningsgraden beräknas semester-tillägget för tjänstemän på den omräknade månadslönen. Justering görs med 4,6% av skillnaden mellan aktuell månadslön och den omräknade månadslönen per dag.

Varje anställd skall lämna svar på följande frågor till sin chef/arbetsledare:

- Om du önskar ta ut tidigare sparade semesterdagar. (Om du inte svarar räknar vi med att sparade dagar kvarstår. Är dagarna fem år gamla räknar vi med att du tar ut dem).
- Om du önskar spara av årets semester att ta ut efter 31 mars 1985 - det får du bara om du inte tar ut tidigare sparade semesterdagar. (Om du inte svarar räknar vi med att du inte sparar).
- Om du önskar avstå från att ta ut ev obetalda semesterdagar. (Om du inte svarar räknar vi med att du tar ut alla obetalda semesterdagar).

Om du har några frågor så hör av dig till mig.

Pia Rasmusson
tel 50 76 31

*

LEDIGA PLATSER

Till avd 2350 Interna system Kontakta Ragnar Carlstedt eller Bo Olsson	Systemman/programmerare
Till avd 2354 Ekonomisystem Kontakta Bo Olsson eller Bo Olen	Gruppchef
Till avd 2360 Kontakta Tore Almqvist eller Agneta Hall	APL:are
Till avd 2700 Kontakta Hans Lackeus	Orderkontorist
Till avd 2301	Sekretariatschef
Till avd 2530 Kontakta Janne Ristner eller Håkan Lövgren	2 Metodutvecklare (systemman o utredare)
Till avd 2310 Kontakta Mats Folkesson	Ansvarig prosjektstyrning
Till avd 2220 Kontakta Inger Hessel	Telefonister
Till avd 2352 Kontakta Lars Nilsson	Projektstöd
Till avd 2362 Kontakta Peter Törnblom eller Agneta Hall	Medarbetare inom VAX/SPP-området
Till avd 2361 Kontakta Jurek Hirschberg	2 Medarbetare dels en erfaren person som stf avdelningschef samt en person till VR-supportgruppen.



PBS·info

Här är det första resultatet från Volvo-Datas produktivitetshonus-system (PBS).

Vi kan nu visa KVALITETS-resultatet för 1:a kvartalet 1984. Genom att vi nått mer än 15 bonuspoäng blir det också utdelning i april-lönen med 0,4%.

PRODUKTIVITETSBONUS KVALITETS-RESULTAT.

VECKO - POÄNG: W413

TOTALT	19.50
TILLGÄNGLIGHET	10.00
SVARSTID	6.00
ANTAL JOBB/ABEND	3.50

PRODUKTIVITETSBONUS KVALITETS-RESULTAT.

ACKUMULERAD POÄNG: W401 - W413

17.56

TILLGÄNGLIGHET SVARSTID ANTAL JOBB/ABEND

10.00	6.00	1.56
-------	------	------



VIKOS - FAKTA 840402

I namnet VIKOS står bokstaven I för intäkter och bokstäverna KO för kostnad.

Kostnader

W415 startar kostnadsdelen av VIKOS. Kostnadsregistret skapas. Detta sker med hjälp av alla transaktioner avseende det som hittills hänt kostandsmässigt på Volvo-Data under 1984.

Intäkter

Intäkter erhålls via faktureringen. Planerad produktionsstart W425. För att få såväl kostnads- som intäktssidan skall fungera krävs bl a följande:

1 Styrregister

Igångkörningen av styrregistret pågår.

<u>Styrtabell</u>	<u>Status</u>
Verksamhet	Klar
Delverksamhet	Klar
Kostandsställen	Klar
Kunder	Pågår
Marknader	Pågår
Fakturerings-id	Pågår

2 Uppdragskoder

Utbildningen av ca 25 konvertörer för konvertering av uppdrag är klar. Konvertörerna jobbar nu med de ca 10.000 uppdragen. W418 tillförs kunduppdragen attributen kundavdelning och kund. Detta behövs för faktureringen. Konvertörerna kontaktas åter W418/W419 för att verifiera riktigheten.

3 Faktureringsutbildning

Denna utbildning är planerad till mitten av maj.

PS. Avsikten är att återkomma med VIKOS-fakta i varje Dumpen 1984.

PERSONALNYTT

NYANSTÄLLDA

Avd	Namn	Datum
2120	Ingegerd Jansson	840424
2152	Lena Larsson	840416
2352	Tommy Lagergren	840601
2352	Björn Björnstedt	840601
2372	Pär Oscarsson	840401
2510	Per Stenberg	840501
2530	Rose-Marie Eliasson	840321
2595	Lars-Göran Skårbratt	840312
2700	Jerry Jensen	840618

INTERNA FÖRÄNDRINGAR

Från	Namn	Till	Datum
2141	S-O Knapesjö	2120	840416
2151	Yvonne Sundwall	2001	840319
2151	Eva-Marie Brangvist	2152	840201
2152	Inga Gårdlund	2354	840326
2354	Birgitta Johannesson	40--20tim	840312-840430
2354	L-G Svensson	2352	840601
2354	Tore Eklund	40-36tim	840401
2363	Ann-Louise Rosno	tillsv	840330
2365	Jan-Olof Johansson	tillsv	840330
2366	Annika Norrgård	2001	840514-841130
2560	Per Nisslert	för.led	840502-840531
2700	Gunilla Eklind	för.led	840507-841231

SLUTAR

Avd	Namn	Datum	
2100	Karl-Erik Rasmusson	840531	Externt
2120	Kenneth Goude	840430	Externt
2152	Per Nielsen	840331	Ber.arb.
2158	Yirgaalem	840331	Vik
2220	Gunilla Fritzell	840506	PV
2220	Mina Londow-Pettersson	840503	Externt
2301	Tarja Pynnö	840331	Ber.arb.
2351	John Lindberg	840601	VTS
2351	Roland Björn	840512	Externt
2520	Bengt Örnegren	840601	Externt
2900	Christer Hemmingsson	840401	VTV

*

Tack för festen!

Först blev det galenskaparna med mycket skratt.

Efter välkomstdrinken kom mat och dryck, man spann som en katt.

Tal av direktören, chalmerskillar med sång och spel.

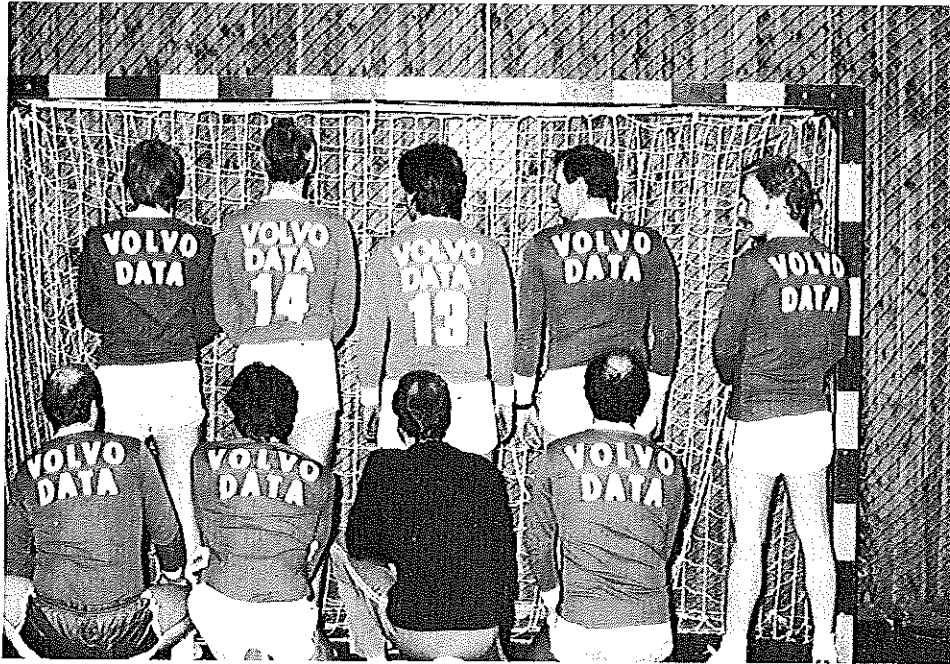
Fyrverkeri-dans-Jansson- nachspiel så jag tror klockan blev sex.

Vi var många och det var roligt att träffa alla andra.

Jag tror vi får en jättefin serviceanda.

*

VOLVO·DATA VÄNDER KONKURRENTERNA RYGGEN



MER OM VOLVO-DATAS SEGER I HÖGSTA KORPSERIEN I
GÖTEBORGSHALLEN I NÄSTA NUMMER AV DUMPEN.
(Stort bildreportage!)



VOLVO
AB Volvo-Data, Göteborg, Sweden