

Bilaga 1

INTERVJU MED TOMI SÖDERSTRÖM, PRODUKTCHEF / MAT- & RESTAURANGSERVICE, SILJA LINE 9.5.2011, HELSINGFORS

1. Kan du berätta vem du är? (Namn, titel/position, hur länge har du jobbat för företaget, hur länge har du jobbat i denna position, tidigare arbetsuppgifter och erfarenhet, utbildning?)

”Jag är Tomi Söderström. Produktchef för mat och restaurangservice på Silja Lines fartyg alltså Silja Symphony och Silja Serenade. Jag har jobbat i denna position i tre år. Före det har jag varit vice restaurangchef ombord på Silja Symphony i ett par år och före det har jag jobbat som restaurangchef på olika restauranger i Finland. Jag är utbildad till hotell och restaurang förman.”

2. Vilka är dina huvudsakliga arbetsuppgifter?

”Produktutveckling av restaurang produkten ombord på Silja Symphony och Serenade, konceptutveckling av olika restaurang koncept och så fungerar jag som länk mellan försäljningen och markandsföringen och fartygen. Man kan säga att jag är spindeln i nätet.”

3. Vad betyder ordet ”projekt” för dig?

”Projekt är något som har en start punkt och ett mål, allt mellan det. De startar vid A och slutar vid Ö.”

4. När uppstod behovet av projektet ”New York tema” ?

”Första gången det kom på tal var för två-tre år sedan men vi började med själva projektutvecklingen efter förra sommaren. 6-8 månader före temat började.”

5. Vad var det första steget mot att förverkliga projektet ni gjorde?

”Vi började fundera hur temat skulle kunna synas med mat och underhållningen ombord. Vi gick igenom alla restauranger och hur det skulle synas i dem och hurdan underhållning det skulle vara. Så började vi att arbeta på det.”

6. Hade ni en klar arbetsgrupp eller ”rekryterade” ni personer till projektet efter att behovet uppstod? (*Internt? Externt?*)

”Vi har en klar arbetsgrupp för just det här, våra olika teman. Alla personer som har jobbat med projektet är internt från företaget, från kontoret och från fartygen. Här från kontoret är det, förutom jag själv en som jobbar med underhållningen ombord och så vårt marknadsföringsteam. Från fartygen är det restaurangcheferna, köksmästarna, kryssningcheferna och intendenterna. Så hade vi ju förstås då Sara La Fountain som kom in och gästade. Hon har gjort menyerna till restaurang Maxime.”

7. Har ni en klar ”projektmodell” inom företaget som ni följer då ni skall genomföra ett projekt?

”Vi har en modell med den används inte mera idag. Den fungerar inte riktigt. Men vi har i planerna att göra upp en ny. Vi har ett projekt på kommande med Tekis som är en statlig instans som då kan finansiera en del av projektet.”

8. Vilka egenskaper tycker du att en bra projektledare borde ha?

”Man skall nog vara målmedveten och kunna göra beslut. Driva projektet framåt och inte stanna på stället.”

9. Anser du att du har de egenskaper som krävs?

”Jo, jag anser nog att jag har dessa egenskaper.”

Definitions fas! Vad?

10. Vad är den affärsmässiga orsaken bakom projektet?

”Det är nog att få mera gäster ombord på fartygen och att få dem att spendera mera pengar ombord. Kanske till och med betala lite mera för resan. Väcka intresse för att ta en kryssning bland folk.”

11. Vilka är projektets intressenter och vad väntar de sig av projektet? (*Vad har de för behov och krav?*)

”Våra viktigaste intressenter är nog våra samarbetspartner och de väntar sig nog kanske en merförsäljning av deras produkter. Passagerarna är väl också intressenter och jag kan tro att de förväntar sig nya upplevelser av sina kryssningar.”

12. Enligt teorin är: *vad kommer vi att behöva göra?*, en väldigt viktig fråga i ett tidigt skede av ett projekt. Tog ni ställning till en sådan fråga med gruppen och i så fall hur?

”Ja, vi gick igenom alla restauranger och underhålningen, hur temat skulle synas på de olika ställena och så började vi planera.”

13. En annan viktig fråga i detta skede är: *har vi allt som behövs för att genomföra projektet?* Är det något som ni tänkte på då ni började med projektet?

”Ja, vi fundera på vilka nya produkter som vi kommer att behöva och kontaktade våra samarbetspartners.”

14. Vilka effekter tror du projektet kan medföra? (*t.ex. rykte*)

”Jag tror att det kommer att locka mera gäster ombord och till exempel försäljningen i restaurang Maxim där Sara har varit inblandad har stigit. Sara har varit mycket i publiciteten här och också i Sverige. Hon har på grund av det här varit i Sveriges morgon tv, i DN, i Expressen och det finns önskemål i Sverige att hon skulle göra en kokbok på svenska. Så det har medfört mycket för henne. En grej med ryktet så kommer jag på det här att det fanns folk som trodde att båtarna skulle verkligen åka till New York, det var kanske inte så bra. Men jag tror att alla dessa olika teman har stärkt Silja Line brandets status i Finland.”

Planeringsfas! Hur?

15. Hade ni något slag av startmöte inför projektet? Något slag av ”kick-off” med syfte att lära känna varandra? I sånt fall, vad gjorde ni och vad gick ni igenom?

”Ja, de hade vi. Ingen kick-off på det sättet för vi kände alla varandra från tidigare. Men vi samlades alla som var inblandade, alla här från kontoret och alla inblandade från fartygen och så började vi bolla med idéer om hur det skulle kunna se ut det här temat.”

16. Gjorde ni upp en helhets plan på allt som skall göras? Eventuella hinder och problem?

”Vi gjorde en plan på hur det skulle kunna se ut för varje restaurang. Hur det kommer att påverka El Capitan, Happy Lobster, Bon Vivant, Mundo, café Orient, Bistro Maxime och Buffén. Och sen då underhållningen hur den skall synas på promenaden, hur den skall synas i Club New York, Atlantis när, var och hur så att det händer hela tiden någonting någonstans.”

17. Hade ni delmål i projektet och i sådana fall hur många?

”Vi hade olika små delmål som till exempel att menyerna skulle vara färdiga ett visst datum och de skulle vara klart översatta ett datum och så vidare.”

18. Vilka krav ställdes på projektgruppen ”uppifrån” från ledningen?

”Egentligen ställs det inga krav från ledningen men vi har själva krav på oss att vi varje gång vi gör ett sånt här tema så gör vi det bättre än senast. Det har också varit tal om att vi skulle få olika passagerarantals mål som vi alltid skall nå, men något sånt har vi inte ännu.”

19. Gjorde ni upp ett klart schema med start- och slut datum för olika moment av projektet?

”Jo, vissa hade vi nog. De på marknadsföringssidan hade nog mera. De hade mera klara datum på när vissa grejer skulle vara färdiga.”

Genomförandefas! Gör!

20. Skulle du säga att ni hade gjort en tillräckligt stödande plan så att själva genomförandet blev lättare på grund av den? Om inte, vad tycker du ni kunde ha gjort annorlunda?

”Jo, nu tycker jag vi hade en ganska bra plan på hur det skulle fungera och hur vi skulle lansera detta till personalen.”

21. Tycker du att projektgruppen höll sig engagerade och motiverade genom projektet?

Om inte, vad tycker du ni kunde ha gjort annorlunda?

”Jo, vi är ju inte så stor grupp men alla höll sig motiverade hela vägen.”

22. Hölls alla intressenter informerade om hur projektet ligger till i och med projektets gång? På vilket/vilka sätt?

”Vi hade fyra-fem möten med alla inblandade under planeringens gång där vi gick igenom vad allt som hade hänt dittills. Det är inte så lätt att samlas alla utan att det skall bli för stora kostnader när det är frågan om två olika fartyg som helatiden åker mot varandra. Ibland gjorde vi så att alla som hade möjlighet var ombord på ena fartyget en dag och nästa dag med lite annat folk då på det andra fartyget.”

Reflektionsfas! Ok?

23. Kommer ni att samla någon slag av feedback på projektet? (Hur?, Var? Av vem?)

”Det kommer vi. Vi har en grupp, ”tuhat tuotekehittäjä” som har varit ombord tidigare för att ge feedback. De har alla nu igen fått en gratis kryssning och en enkät med frågor som de skall svara på. Så har vi våra interna barometrar som görs av TNS, gallup företaget, så ser vi vad dom gästerna har tyckt. Så ser vi på siffror som passagerar antal, a pris, alltså vad en person i medeltal har spenderat ombord.”

24. Kommer ni tillsammans med projektgruppen att gå igenom vad ni lyckats med och vad ni inte lyckats med i projektet. Varför det blev så som det blev och fundera vad ni skulle ha kunnat göra annorlunda?

”Vi kommer att se på all feedback som vi samlar in och fundera över om det har varit ett lyckat tema eller inte.”