

Logstor har valgt Aalborg-bureau

LØGSTØR: Logstor, verdens største producent af præisolerede rør til fjernvarme og fjernkøling, har valgt Conexia PR fra Aalborg som nyt pr-bureau. Det skal bl.a. stå for koncernmagasinet LOGon, der udkommer på seks sprog i 14 lande. Desuden skal Conexia PR udføre andet pr-arbejde.

-junk

Ny pris til rummelige virksomheder

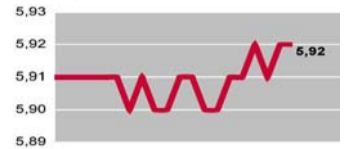
AALBORG: Aalborg Håndværkerforening og Aalborg Kommunes Beskæftigelsesudvalg indstifter en ny pris til rummelige virksomheder. Prisen er på 5000 kr. og går til en virksomhed, der udviser socialt ansvar og ansætter medarbejdere med særlige behov. Virksomheder fra hele Aalborg Kommune kan deltage. Prisen uddeles første gang tirsdag 11. maj.

Job & Erhverv

MANDAG 1. februar 2010 . www.nordjyske.dk

DAGENS RENTE

■ 6% Nykredit 2041



Seneste 20 børsdage



DET ER ikke ulovligt at fyre pr. sms.

Firmaer fyrer pr. sms

KØBENHAVN: »Du er fyret«.

Sådan en besked bipper ind på flere og flere lønmodtageres mobiltelefon. Ifølge Danmarks største fagforbund, HK, er det efterhånden en udbredt metode for virksomhederne at sende en sms, når de skal give deres medarbejdere den svære besked, skriver JydskeVestkysten.

Senest fik flere af de 14 ansatte på Højer Marsk Hotel og Emmerlev Klev Strandhotel besked om deres fyring pr. sms.

- Det er desværre noget, mange virksomheder bruger, siger Jeanette Hahnemann, der er juridisk konsulent i HK.

Hun fortæller, at man ude i A-kasserne, hvor de fyrede skal henvende sig for at få dagpenge, ofte oplever, at de fyrede kommer med en sms fra arbejdsgiveren som dokumentation for fyringen. Og det er da også helt lovligt at fyre pr. sms, hvis ellers beskeden når frem.

- Men vi synes ærligt talt ikke, at det er i orden. En god og ordentlig arbejdsgiver tager selvfølgelig medarbejderen ind til en samtale, så man har mulighed for at få svar på nogle af de mange spørgsmål, som melder sig, siger Jeanette Hahnemann.

Det samme mener Niels Henriksen, der er ledelsesrådgiver i Ledernes Hovedorganisation. Han vil i hvert fald ikke anbefale virksomheder at benytte sig af sms-metoden.

Aalborg-bureau: - Krisen er god for os

FIELD MARKETING: AM Sales & Marketing rykker hurtigt fremad

Af Flemming Junker

flemming.junker@nordjyske.dk

AALBORG: Krisen har fået flere og flere virksomheder til at investere deres markedsføringskroner i kampagner, hvor effekten kan måles direkte.

Det mærker folkene bag AM Sales & Marketing, der på få år er blevet landets største bureau inden for field marketing - der først og fremmest handler om at erhverve kunder eller sælge produkter på gågader, i storcentre og lignende.

Bureauet blev oprettet i slutningen af 2007 af to unge nordjyder, salgsdirektør Anders Torp og markedsdirektør Mike Nielsen, og nu konstaterer de, at krisen har været god for firmaet.

Lige inden krisen for alvor brød ud, var AM Sales & Marketing således et mellemstort field marketingbureau med 20 medarbejdere, hovedkontor i Århus og en afdeling i Aalborg.

Nu godt et år senere er virksomheden landets største udbyder af field marketingløsninger. Den har fordoblet omsætningen fra én til to millioner kroner om måneden, øget medarbejderstaben til 50 fuldtidsansatte og åbnet tre nye afdelinger i København, Odense og Herning. Og så har man i øvrigt flyttet hovedkontoret fra Århus til Aalborg.

Skærer ind til benet

Forklaringen på fremgangen ligger netop i krisetiderne:

- Mange virksomheder har det seneste år været nødsaget til at skære deres markedsføringsbudgetter ind til benet. Og de penge, de stadig bruger på markedsføring, bruger de i højere grad på kampagner, hvor effekten kan måles direkte. Det er en



ANDERS TORP (til venstre) og Mike Nielsen klager ikke over krisen.

fordel for os, siger Anders Torp.

- Når en virksomhed benytter sig af field marketing, kan den hele tiden måle, hvad den får ud af sin investering. Virksomheden betaler nemlig kun for de nye kunder, vi skaffer den. Det er en attraktiv aftale for mange virksomheder - især lige nu, siger han.

Selvom AM Sales & Marketing er vokset voldsomt inden for det sidste år, forventer Anders Torp ikke, at toppen er nået.

- Lige nu kan vores sælgerkorps skaffe omkring 100.000 nye kundecontrakter til vores kunder om året. Men markedet er langt fra mættet endnu. Der er stadig masser af steder i Danmark, hvor vi endnu ikke er til stede. Det skal vi udnytte, og

» Når en virksomhed benytter sig af field marketing, kan den hele tiden måle, hvad den får ud af sin investering. Virksomheden betaler nemlig kun for de nye kunder, vi skaffer den. Det er en attraktiv aftale for mange virksomheder - især lige nu.

ANDERS TORP, salgsdirektør

derfor forventer jeg også, at vi skal ansætte cirka 30 nye sælgere og åbne en afdeling mere i den kommende tid, siger Anders Torp.

Eget uddannelsesforløb

Han mener, at virksomhedens eget uddannelsesforløb er årsagen til, at AM Sales & Marketing har kunnet vokse så hurtigt:

- Gennem uddannelsen træner vi lederegenskaberne hos virksomhedens stør-

ste salgstalenter. Det gør dem blandt andet i stand til at stå i spidsen for nye salgsteams og nye regionale kontorer, og dermed har AM Sales & Marketing kunnet udvide sin forretning ved udelukkende at rekruttere ledere fra egne rækker, forklarer Anders Torp.

- Det har gjort det muligt for os at vækste geografisk i løbet af ganske få måneder. Vi har ikke skullet bruge tid og ressourcer på at køre nye

ledere ind. Lederne kender allerede virksomheden og vores arbejdsrutiner og kan fra dag ét have fokus på kundernes salg. Det betyder succes for vores kunder, men også for os, fastslår Anders Torp.

Blandt AM Sales & Marketing's største kunder er energiselskabet Natur-Energi og mobilfirmaet M1.

I løbet af 2009 skaffede AM således 30.000 underskrevne kundecontrakter til Natur-Energi, og i begge de år, hvor M1 er blevet kåret som gazellewinner i Børsen, har AM leveret størstedelen af M1's kunder. Indtil videre er det blevet til godt 24.000.

Indsatsen har resulteret i en egenkapital efter 2008 på knap 700.000 kroner og mere end det dobbelte i 2009.