



Esben Mols Kabell og Anders Grønberg har uomtvisteligt skabt en succes med LaserTryk.dk. Nu deler de ud af deres erfaringer, så andre kan forsøge at gøre dem kunsten efter.



LaserTryk.dk afslører opskriften på succes

Esben Mols Kabell og Anders Grønberg udgiver bog med 111 tips til selvstændige - plus det løse.

LaserTryk.dk's resultater taler for sig selv. Siden etableringen i 1999 er det lykkedes de to stiftere, Anders Grønberg og Esben Mols Kabell, at skabe Skandinavien største digitaltrykkeri med en trecifret millionomsætning og et tocifret millionoverskud. Nu har de besluttet at løfte sløret for deres metoder. I bogen "111 tips, du vil elske, hvis du er leder af en virksomhed" giver de 135 tips om alt fra, hvordan du downloader en smart plugin til outlook, til hvordan du sikrer præcis den korrekte bemanning af dit kundecenter. Og hvis du er forvirret over antallet af tips, så bare rolig, forklaring følger længere nede i artiklen.

De to forfattere forklarer, at de har valgt at dele ud af deres erfaringer for at markedsføre sig, men der er også en anden dagsorden.

– Vi vil gerne samarbejde med flere trykkerier. Branchen er inde i en konsolideringsfase, og det er ikke nogen hemmelighed, at vi har købt nogle trykkerier, og vi vil gerne købe flere, forklarer Anders Grønberg, hvorefter Esben Mols Kabell bryder ind:

– Vi vil gerne vise, at vi måske ikke er så slemme, men at vi faktisk kunne være spændende at samarbejde med, siger han.

Det med at bryde ind, gør de meget. Supplerer hinanden og følger op på det, den anden siger, mens vi sidder og taler i deres mødelokale i bygningerne på P. O. Pedersens Vej i Aarhus N. Mødelokalet i sig selv er dokumentation for, at bogen vitterlig er meget konkret. Her står det kioskkøleskab, som de beskriver, hvordan de sikrer, altid er fyldt op på en bestemt måde med Cola Zero, >

og det whiteboard, som det minutiøst er skrevet ned, skal rengøres ekstra en gang om måneden.

– Der er ikke noget værre end, at man aftaler noget, og så går det i glemmebogen. Sæt en mail op, som minder folk om det, siger Esben Mols Kabell.

Kontroversielle tips

Bogen består imidlertid af meget andet end rengøringstips, og de to forfattere er godt klar over, at visse af deres metoder vil kunne vække anstød. Fx at overvåge medarbejdernes e-mail eller at købe privat ind på firmakortet for at teste, om bogholderiet nu også fanger det inden for 48 timer, som de skal.

– Nogle af vores tips er kontroversielle. Jeg tror bare, at når man gør det i den rette ånd, kan medarbejderne også forstå hvorfor, det er vigtigt, siger Anders Grønborg. Pointen er, at når oplysningerne ikke bruges til at dunke folk oven i hovedet med, men til at hjælpe dem til at blive bedre, vil det også virke efter hensigten.

– Folk tænker; heldigt, at jeg fik denne mail i stedet for en skideballe. Det er bare at sætte nogle systemer op, der sikrer, at tingene sker, siger Esben Mols Kabell.

De to understreger, at selv om nogle af tipsene i bogen opsætter nogle firkantede normer for, fx hvordan man vurderer, om et kundecenter har den rette bemanning (hvis en har ferie, og der kommer en sygdomsmedling oven i, skal det udløse overarbejde, ellers er der for mange ansatte), er det også noget, man hele tiden skal holde øje med og løbende tilpasse.

– Vi skal stadig rundt og se, om folk er røde i hovederne. Men hvis ingen lægger mærke til, at der er to væk, er det et problem. Så passer du ikke dit arbejde som leder, siger Esben Mols Kabell. Han forklarer, at det ikke nødvendigvis handler om at fyre folk, men måske bare at flytte dem hen i en anden afdeling. Samtidigt råder han til, at man ikke bare genansætter pr. automatik, når en medarbejder flytter:

– Jeg vil godt vædde på, at der er mange steder, hvor der er i hvert fald



Den med månedens bog står for LaserTryk.dk's egen regning, men et er sikkert. Det er en bog, der vil blive læst med stor interesse af mange af landets virksomhedsledere.

Bogen kan bl.a. købes hos saxo.com.

tre ansatte for meget. Og det skal man kigge på, når man har overskud. Hvis en virksomhed har et overskud på en halv million, og i virkeligheden kunne undvære tre medarbejdere, ville virksomheden kunne langt mere end fordoble overskuddet.

Deler ud af arvesølvet

De to virksomhedsejere ved godt, at de nu giver en masse værdifuld viden direkte videre til deres konkurrenter, men de tror begge, at de positive effekter af bogen for LaserTryk.dk vil være større. Direkte adspurgt om det vil kunne opfattes som lidt arrogant, lyder svaret fra Anders Grønborg:

– Hmm, jeg tror ikke, at nogen vil opfatte det som arrogant. Nogle vil sikkert opfatte det som dumt, som at vi sælger ud af arvesølvet. Der er også flere at dem, vi samarbejder med, der har spurgt, om vi nu også opfatter det som et klogt move. Vi ved godt, at der er en risiko for, at folk kopierer os, men vi håber også, at folk læser bogen og synes, vi er en spændende virksomhed.

Markedsføring handler også om friends

Et af bogens formål er også at gøre op med forældet tankegang omkring markedsføring.

– I dag er alle brugere små markedsføringsmaskiner. Hvis man giver dem en

god oplevelse, er man kun nogle få klik fra at komme ud til deres 600 venner. Hvis man lige giver lidt ekstra, så får du dem til at fortælle om den positive oplevelse. Fx kan en restaurant give en 42 kroners kop kaffe, som kun koster dem to kr. at lave, oveni til deres kunder og lynhurtigt få markedsføring for tusind kr., forklarer Esben Mols Kabell.

Samtidig vil de også gerne fortælle, at det ikke kræver et grundlæggende digitalt koncept at få succes i dag, men at man faktisk kan bruge de samme principper i en helt traditionel branche som den grafiske.

Har selv udviklet ordrestyringsystemet

En del af forklaringen på LaserTryk.dk's succes ligger i, at de fra starten selv har udviklet deres ordrestyringsystem, hvilket de også uddyber i bogen. I dag har de ligeså mange it- og markedsføringsfolk ansat, som de har teknisk personale i produktionen. Anders Grønborg forklarer, at det helt overordnede er, at de har adgang til al data, og at de selv har personalet til at arbejde med systemet:

– Vi har det meste inhouse: Tænk en gang hvis vi skulle købe de her ydelser ude i byen. Jeg ved godt, hvad det koster at få en konsulent ud, om det så bare er for at rette et komma.

– 6.000 kr. senere, bryder Esben Mols Kabell ind med et grin.

Helt i bogens ånd kan alle tips skannes vha. QR-koder, så de to forfattere hele tiden kan følge med i, hvilke tip folk finder interessante og deler med deres venner.

Her til sidst vender vi lige som lovet tilbage til titlen. 135 tips i en bog, der hedder 111 tips. Det giver jo ingen mening, men jo. Et grundlæggende tip i bogen (alene det tip har 16 undertips) er nemlig altid at give folk lidt mere, end de forventer. Således er der dermed også lagt 34 tips gratis oven i hatten til dem, der køber bogen. ☞

”Det er bare med at sætte nogle systemer op, der sikrer, at tingene sker”

ESBEN MOLS KABELL, DIREKTØR, LASERTRYK.DK