BRI INFO

01/10

BR-INDUSTRIERS NYHETSMAGASIN

4 **Bedriftsprofilen**
Sepro satser høyt mot framtiden

10 **Bedriftslederen**
Tor Atle Deisz: Alt handler om å se muligheter

HITEC PRODUCTS
NORWEGIAN OILFIELD SUPPLY
A HITEC PRODUCTS GROUP COMPANY
teksal
SEPRO technology innovation
Landbruk & Maskin
HelikopterDrift Stavanger
EIK SENTERET
SIMEX MECHANICAL AS
technology x innovation
AS METALLTEKNIKK
anzett
Norsk Overflateteknikk
TRIO maskinering

Ansvarlig redaktør: Ingunn Vatsvåg
Bidragsytere: Ingunn Vatsvåg, Bjørn Rygg, Morten Helliesen
Fotograf: Kjetil Alsvik, Morten Helliesen og BRI
Design: Muskat Design
Trykk: Spesialtrykk
www.br-industrier.no

"Det er nå det gjelder!"

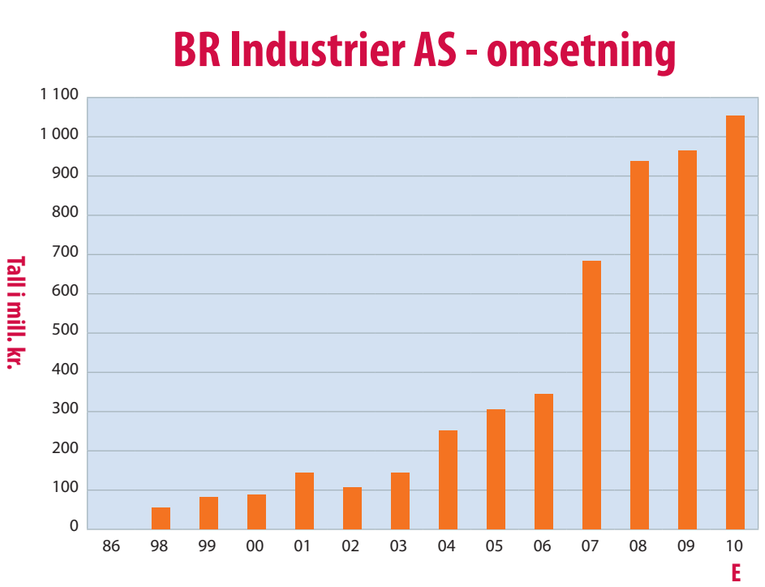
Våre verdier

Engasjement
Fordi hjerter slår best der det er begeistring

Mot
Fordi det er grensesprengende

Jordnær
Fordi vi kjenner våre røtter, og tror på det folkelige

Overraskende
Fordi det inspirerer til nye tanker



BRI er et av Norges mest markedsdifferensierte industrikonsern. At vi opererer i ulike bransjer og segmenter, har uten tvil vært en styrke kriseåret 2009. Ingen av våre selskaper har gått med tap, selv om mange også i vårt konsern har måttet gjennomføre store kostnadskutt.

2010 har så vidt begynt, og vi kan glede oss til fortsettelsen. Vi lurer veldig på hva dette året vil bringe etter det turbulente året 2009. Det vi sammen kan slå fast, er at ledelse og evne til å skaffe nye og fornøyde kunder har fått en mye større betydning. Dette sammen med effektivitet og arbeidsmoral er mer enn noen gang "vinn eller forsvinn"-faktorer for oss alle.

Som dere vil se i denne utgaven, fortsetter utviklingen med produktfokus og utstrakt bruk av bygg og anlegg som bevisste strategiske drivere for å tiltrekke oss alliansepartnere og kunder.

Jeg ønsker for alle et godt år med knallhardt arbeid og mye sykling, hvor vi snart vil se de første vårtegn. Solen skinner over gode gutter og jenter!

Bjørn Rygg
Konsernsjef BRI

INGUNNS HJØRNE

Bjørn tar opp betydningen av kundetilfredshet og evnen til å skaffe nye kunder i sin leder. I redaksjonen følger vi dette opp med salgs- og selgertema hvor vi blant annet gir et portrett av NOT-selgeren, Morten som "banker og banker" på kundenes dører, helt til de setter bestillingen! Vi kan nok alle hente noen gode tips her. Sepro er utgavens bedriftsprofil, et selskap i tråd med BRIs strategi om utvikling av egne produkter.

Vi frisker også denne gangen opp hukommelsen og vier plass til verdiene vi holder høyt i BRI. Vi har funnet fire gode ambassadører som, på hver sin måte, er særdeles representative for våre verdier. Hva mener de selv, og har verdiene noen "praktisk" betydning?

Hitec Product og Anzett har vært gjennom en samlokalisering hvor HP har flyttet fra Forus og inn i Anzetts lokaler. Samordningen og omstruktureringen er en prosess som utgavens lederprofil Tor Atle Deisz vil fortelle en del om.

2010 er et år som mange er usikre på. Hvordan vil konjunkturene utvikle seg, og hvordan blir året for det enkelte selskap? Å finne frem til mål for 2010 har nok for mange vært en prosess med mye hodebry. Men vi har spurt alle ledere om både målsettinger og utfordringer, og det er ikke tvil om at BRI-lederne er på offensiven. Det er bra. Og i siste utgave i desember, vil vi følge opp saken med utgangspunkt i spørsmålet: Nådde vi målene?

Ønsker alle en riktig god lesing av BRI Info nr. 1 i 2010!

Ingunn Vatsvåg

Innhold

4 **Bedriftsprofilen:** Sepro er på vei opp og fram i markedet for håndtering av subsea-utstyr om bord på skip.

6 **Rundt omkring:** Metallteknikk hadde ikke tid til å vente på våren da bedriften skulle begynne arbeidet med ny fabrikkhall. Grunnen måtte varmes opp, og det fort!

10 **Bedriftslederen:** Tor Atle Deisz har mange års erfaring fra offshorenæringen, og ser nye muligheter når Hitec Products Anzett tenker framtid

12 **Mannen som elsker salg:** Morten Kristiansen er en utradisjonell og nyskapene selger. Tipsene hans får du helt gratis!

SEPRO SATSER HØYT MOT FRAMTIDEN

BEDRIFTS PROFILEN

SEPRO leverer produkter i forbindelse med håndtering av sub sea-utstyr. Selskapet ble en del av BRI Industrier sommeren 2008. Forventet omsetning i 2010 er 80 millioner kroner.

Det er store muligheter innen offshoremarkedet. Det vet man i Sepro, hvor veksten vil komme både hjemme og ute. Høsten 2009 var bedriften på plass på North Sea-basen i Tananger. hvor forholdene er perfekte for videre vekst og utvikling.

Tekst: **Morten Helliesen**
Foto: **Kjetil Alsvik**

Etter et krevende fjorår, ser nå Aksel Fossbakken og hans medarbeidere framover. Ambisjonene er store. Sepro har som ambisjon å være tilstede i alle de viktigste markedene verden over. For øyeblikket arbeider ti personer på verkstedet, mens vel 12 er i administrasjon, salg og engineering. Her som ellers i bransjen, ble 2009 et krevende år. Derfor er antallet ansatte noe redusert det siste året. Omstillingen til tross vil 2009-tallene gi et positivt resultat. Året under ett endte på en omset-ning på cirka 60 millioner.

– Som ventet ble året vi har lagt bak oss rimelig krevende. Ordretørken slo inn ganske fort. Bygging av offshore service-fartøyer og tilhørende utrusting med subsea løftesystemer, som er en viktig driver for oss, stoppet opp. Men i september i fjor nådde vi vendepunktet, og i dag er det mye spennende på gang, utsiktene er bra. Til tross for det, blir det en kamp videre. Jeg tror det er livsfarlig å undervurdere markedet. Vi vet at det er krevende, uansett, sier Aksel Fossbakken som stiller seg i køen av dem som ønsker mer fart på norsk offshoreindustri og verft.

– Men for all del. Det er ikke helsvart. Det er jobber ute i markedet. Men du må legge inn alt av ressurser og jobbe knallhardt for å bli den beste. Pris er viktig, det samme er selvsagt topp kvalitet. Dessuten er fleksibilitet og riktige leveringstider et stort konkurransefortrinn. Sist, men ikke minst, må man være tilpasningsdyktig når det gjelder tekniske løsninger.

Trygg håndtering av utstyr

Sepros viktigste produkt- og kompetanseområde er teknologi for håndtering av utstyr i forbindelse med fjernstyrte under-vannsoperasjoner, eller subseaoperasjoner som det kalles på bransjespråket. Det handler for eksempel om det et skip trenger for å ta opp og ned utstyr som brukes på havbunnen, såkalt *launch and recovery*. Praktisk sett foregår dette arbeidet ofte under krevende vær- og arbeidsforhold. Både av hensyn til helse, miljø og sikkerhet, effektivitet og materielle verdier er det av avgjørende viktighet at man har topp utstyr til dette arbeidet. Sepro lager blant annet såkalte A-rammer som heiser alt fra miniubåter til såkalte *baskets* inn og ut fra skipet. Selskapets marked er i stor grad relatert til nybygg av skip. Nettopp derfor er man så avhengig av aktiviteten ved verftene langs kysten. Skjønt Norge er bare en del av bildet. For i 2009

utgjorde utenlandske kunder 90 prosent av leveransene, mens norske kun stod for cirka 10. Bedriften leverte eksempelvis til verft i Brasil, Kina og Singapore. I 2010 kan det se ut som om leveransene vil bli fordelt 50/50 mellom norsk sokkel og utlandet. Uansett hvor produktene leveres, er norske kunder viktige. Via dem kan man nemlig komme seg ut i verden. Ser Aksel inn i framtiden, er det imidlertid liten tvil. Det er internasjonalt de viktigste mulighetene ligger. Stikkordene er Brasil, Mexicogulfen og Australia. Så blir spørsmålet hva det i praksis betyr for Sepro når det gjelder produksjonssted. Mange land krever at kontrakter har en viss andel lokalt innhold. Uansett vil selskapet ha sitt tyngdepunkt her hjemme.

Skreddersyr for kundene

Sepro har eksistert i cirka 13 år, og ble en del av BR Industrier i 2008. Opp gjennom årene er det levert cirka 90 anlegg til nærmere 60 båter. Det vil i praksis si at noen fartøy har flere rammer som muliggjør håndtering av subsea-utstyr.

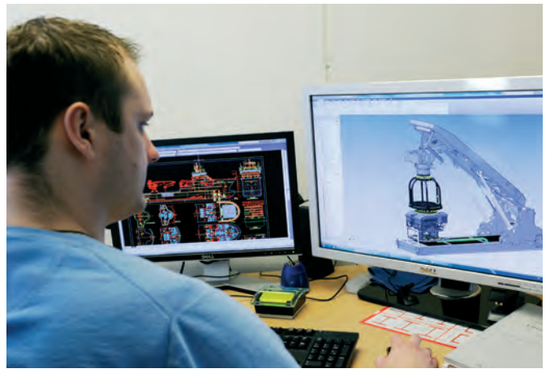
Hva er så det unike med Sepros kompetanse og produkter? Først og fremst at bedriften skreddersyr løsningene. Et viktig stikkord i bransjen er fleksibilitet. Sepro har dyktige konstruktører som sørger for at kunden får nettopp det man ønsker og trenger. Dessuten er produktene trygge og effektive i bruk. Ikke uventet falt prisene også i denne delen av markedet gjennom siste del av 2008 og 2009. For Sepro betyr det at man må fokusere på å bli enda bedre i alt det man gjør.

Hva med 2010 og videre? Aksel Fossbakken er positiv og har forventninger til mange spennende muligheter i årene som kommer. Undervannsmarkedet vokser stadig. Behovet for å kunne fjernstyre utstyr det samme. Det handler om såkalt modulhåndtering. Brønnintervensjon. Ankerhåndtering. Det blir stadig flere brønner på havbunnen, og disse skal vedlikeholdes. Olje-letevirksomhet er også innenfor Sepros interessefelt. Det betyr at behovet for Sepros kunnskap og produkter vil være økende. Markedet her hjemme forventes å vokse. Det samme gjelder ikke minst internasjonalt. I tillegg til de tidligere nevnte petroleumsprovinsene, vil Vest-Afrika bli et viktig område. I lys av alt dette er det viktig at selskapet til enhver tid er der hvor det skjer. Derfor rigger man for videre vekst.

Satser på service

Et viktig satsingsområde for Sepro er det såkalte etter-markedet eller servicemarkedet. Det handler om å ta vare på kunden. Følge tett opp. Være til stede når det er behov for utbedringer osv. Folk fra Sepro er tidvis på farten rundt hele verden. Å være en del av NorSea-basen på Tananger, betyr at Sepro er der det skjer. I tillegg til gode lokaler, har man her tilgang til en topp kai og de tjenestene som NorSea kan tilby i Tananger og på de andre basene oppover langs kysten. Det er viktig både når utstyr skal sendes og mottas. Etter at Sepro flyttet, har man investert i mye nytt utstyr og verktøy for å kunne ta på oss alt fra flushing og reparasjon til overhaling og trykktesting. Det å øke kompetansenivået både på verksted og innen engineering er hele tiden viktig. Sepro satser også på et marked for rene ingeniøroppdrag innen selskapets spesialområder. Derfor er man hele tiden på utkikk etter nye medarbeidere med spesiell og spiss kompetanse. Service er

– Sepro vil være til stede i alle de viktigste markedene verden over.



et viktig satsingsområde i bedriften. Når vi har solgt et produkt, er det serviceavdelingen som tar over oppfølgingen. Herfra gjøres installasjon og oppfølging av kunden, enten det dreier seg om en enkelt reservedel eller større modifikasjoner. Å være flink til å følge opp kunden, har med relasjonsbygging og tillit å gjøre. Via dette leddet tegnes også serviceavtaler, slik at kunden hele tiden kan være trygg på at leverandøren følger opp utstyret.

– En kunde kan i praksis velge flere firmaer til å gjøre denne jobben. Men ettersom vi har levert utstyret, mener vi at vi også er de beste til å følge opp. Vi tror dette forlenger levetiden på utstyret. Og selvsagt er det viktig for oss å ha en langsiktig relasjon ut i markedet. Alt i alt handler dette om kundetilfredshet. Som en del av servicetilbudet, vil Sepro også satse på enda bredere tjenester, eksempelvis overhaling av sylindere, trykktesting av hydrauliske systemer. I tillegg har man mulighet for å tilby verifisering av rehentsnivået i væsken.

– Vårt mål er å være den leverandøren kunden vender seg til enten det er behov for nytt utstyr eller den mest kompetente oppfølging. Kort sagt skal vi ha de mest fornøyde kundene, slår Aksel Fossbakken fast.

METALLTEKNIKK: Grillet grunnen – 1. april står ny fabrikkhall klar

Ronny Reiestad og hans folk ved Metallteknikk på Bryne hadde ikke tid til å vente på våren. En ny fabrikkhall i forbindelse med den store ordren på plogdeler til Kverneland gjorde at graving og støping av mur måtte i gang før telen var ute av jorden. Dermed ble det tidlig grillsesong på Varheia.

Skjønt, grill var kanskje å ta vel hardt i. For her var verken pølser eller hamburgere. Men det måtte atskillige sekker med kull til for å få varme i den kalde jorda. Trikset er nok ikke nytt i entreprenørkretser, men slett ikke vanlig på våre kanter. Og oppvarmingen, som for øvrig ble bivånet av TV2-nyhetene, gav resultater.

Metallteknikk ble kjent over det ganske land da entreprenøren i midten av februar var i TV2-nyhetene.

– Vi skal ha den nye bygningen inklusive nye maskiner klar 1. april. Så vi har ikke mye tid å gå på, forteller Ronny. Kontrakten med Kverneland Group er på fem år. Metallteknikk skal produsere en rekke deler til den berømte plogen – alt fra det som ikke veier mer enn noen få gram og til større ting på 50-60 kilo. Stålet som skal brukes kommer fra Kverneland selv, før det altså finner sin endelige form på Bryne og returneres til plogfabrikken igjen. Til sammen er det snakk om cirka 3500 tonn i året. Metallet skjæres med laser og plasmabrenning.

Metallteknikks nye fabrikk blir på til sammen 1400 kvadratmeter. Den ligger nærmest vegg i vegg med de øvrige lokalene på Varheia, industriområdet like nord for Bryne. Det er nærmest unødvendig å si at det er en viktig kontrakt Metallteknikk med 36 ansatte har fått.

– Ja, uten tvil. Å ha en så langsiktig horisont er selvsagt gull verdt for oss. Samtidig bør det være positivt for Kverneland å ha en så langsiktig samarbeidspartner. Dette har blant annet gitt oss mulighet til å investere i topp nytt utstyr.
Det er ikke første gang Metallteknikk samarbeider med Kverneland. I flere år allerede har man gjort det, om enn med et lite volum i forhold til den nye kontrakten.

– Hvorfor vant dere, tror du?
– Jeg både håper og tror at vi hadde den beste løsningen. Dessuten tror jeg at vi stilte med en for Kverneland samlet og god løsning. Vi tok hele kontrakten, og det tror jeg gir en vinn vinn-situasjon for alle parter, sier Ronny.

DET STORE BILDET

NYHETER FRA NOT:

Rogaland Pulver har satt inn en ny produksjonslinje. Jæren Industrilakkering holder på med anskaffelse av nye lokaler. Lode Zink AS har fusjonert med Jæren Zink AS. Rogaland Elpolering AS får nye flotte lokaler på 800m². Lode Lakkering AS utvider med ca. 200m² i nye lokaler. Jæren Zink AS skal levere 300 tonn varmforsinket stål til Harstad i Nord-Norge.

Landbruk og Maskin:
Med møkkavogn og traktor på traileren reiste Brian Reiestad i Landbruk og Maskin på salgsturné/demotur i Norge.

Seabed Rig: Produkter er et stort satsingsområde i BRI. Både å produsere og selge eksisterende produkter, men også å være innovative på produktutvikling. Målet for den neste 5-årsperioden er at 50 % av konsernomsetningen skal genereres gjennom egne produkter. BRI har som et ledd i produktstrategien, inngått et samarbeid med Seabed Rig i forbindelse med bygging av verdens første fjernstyrte/helautomatiske borerigg for havbunn. Denne riggen skal plasseres på havbunnen på inntil 300 meters dyp. Selve borestrengen henger i et tannstangstyrt boretårn. Riggen plasseres over en standard utblåsingsventil (BOP). Den store industriroboten synes nede til høyre under mesa-nindekket på riggen. Alle motorer på riggen er elektriske.

Seabed Rig er ikke konstruert for å drive produksjonsboring, men skal foreløpig utelukkende brukes til leteboring. Dette er blant de mest interessante teknologiprosjektene som pågår. Derfor har Statoil gått inn med midler for å kunne gjennomføre prosjektet som planlagt. Målet er å kunne vise fram en enhet som virker på ONS i august 2010. Prototypen skal monteres på Forus Teknologipark sitt område, og vil bli 26 meter høy og 7x7 i fotavtrykk. BRI-selskapene Teksal og Simex Mechanical er involvert og skal levere tjenester og komponenter. For øyeblikket bygger Simex vognen som skal gå opp og ned på boretårnet. I tillegg skal de bygge en rørhåndteringsenhet (pipehandler) som blir som en robotarm. Denne skal flytte borerørene fra rørlageret til boreposisjon. På denne står noen hydrauliske gripeklør som også leveres av Simex. Seabed Rig leier deler av Simex' sveisehall hvor alt utstyret skal testes og prøvemonteres.

Hjulfester til Seabed-riggen

Bygging av vogn i sveisehallen til Simex.

Innflyttingsfest for Teksal Øst: Fredag 22. januar 2010 hadde Teksal Øst innflyttingsfest i nye lokaler. Arrangementet ble en braksuksess med mer enn 160 deltakere. Det kokte og sydet under arrangementet. Vi dekket til middag i den 1000 kvadratmeter store verkstedshallen. Vi hadde samtidig en minimesse med våre viktigste leverandører. Teksal viste også fram sin teknologi på denne messen. Det ble vist elektrotavler samt PLS og driftskontrolløsninger.

Teksal Øst har hatt en eventyrlig utvikling. Omsetningen og antall ansatte er mer enn firedoblet på tre år (11,6 mnok i 2006–45 mnok i 2009). Antall ansatte i januar 2006 var 9 personer. I januar 2010 er det 51 ansatte. Vårt nye lokale er et kombinasjonsbygg på cirka 2000 kvm. Kontorarealet er på vel 1000 kvm. og verkstedet er omtrent like stort.

Plakat som inviterer til åpningsfest av TTT AS i 1984

Tor i en Hanix gravemaskin.

Tor Ødemotland og Eik Senteret!
Tor Ødemotland er nok den personen som representerer lengst historie i et selskap som etter hvert ble en del av BRI- konsernet. Eik Maskinforretning AS ble etablert i Norge i 1923. Tor startet sin yrkeskarriere som landbruksmekaniker i Eik maskins serviceavdeling på Klepp i 1966. Det var Gråtasser og MF135 de hovedsakelig skrudde på den gang.
Da Eik ble gjort om til Franchise foretak i 1984 overtok Tor Klepp verkstedet sammen med Torfinn (som også jobber hos oss fremdeles) og Terje, og selskapet fikk naturligvis navnet TTT AS.

I 2003 overtok BR Industrier, og Jæren Traktor Senter (JTS) ble etablert med sine etter hvert 5 Eik Sentre lokalisert på Klepp, Varhaug, Lyngdal, Rykene og Hamar. Tor har fremdeles sitt arbeidssted på Eik Senteret Klepp. Han har de siste 25-årene arbeidet som selger. Han har opplevd markedssvingninger før, tøffere enn dagens, men vektlegger betydningen av god kundekontakt, service og oppfølging som særdeles viktige faktorer for å henge med.

Lexar i medvind!
Lexar tildeles stadig større prosjekter. Selskapets hittil største og mest omfattende prosjekt hos ConocoPhillips er i ferd med å ferdigstilles. Ørjan Risa Svensen og Arild Soppeland hos Lexar har drevet prosjektet frem fra problemstilling til løsning.

Det hele startet med en studie hvor bakgrunnen for studien var at ConocoPhillips hadde nedstengninger på en av sine plattformer. Utilsiktede nedstengninger på feltet medfører store kostnader for operatørselskapene. Vår oppgave var å undersøke hvorfor disse nedstengningene forekom og videre foreslå en løsning, forteller Arild Soppeland. En viktig del av studien var å gå gjennom systemet på plattformen og kartlegge svakheter. Det ble etter hvert klart at nedstengningene

på Ekofisk 2/4 X-plattformen blant annet fant sted grunnet feil på solenoidventilene som tilhørte nedihullsventilene.
Etter at studien var gjennomført, var det opp til ConocoPhillips å bestemme om de ville utføre løsningene i praksis. Det ville de, og dermed fikk Lexar kontrakt videre for å håndtere både innkjøp og oppfølging av i alt 255 ventiler. Det har medført tett oppfølging av produsenten i Manchester der testing av utstyret har stått sentralt.
I 2010 planlegges Shut-down på Ekofisk-feltet. Da er Lexar med i siste runde for å administrere den siste kritiske fasen av utskiftingen.

ALT HANDLER OM Å SE MULIGHETER

Han har mange års erfaring fra offshorebransjen og fartstid som både selger og leder. Å ha kunnskap om begge områder, tror Tor Atle Deisz, leder av HPA – Hitec Products Anzett – er en styrke. Andre vil si at det er en forutsetning for å kunne lykkes. 2009 ble tidenes beste for HPA med en omsetning på 300 millioner og et pent resultat.

Tekst: **Morten Helliesen**
Foto: **Morten Helliesen**

For Hitec Products er det kjemikalie, hydraulikk og styring som gjelder. Selskapet er markedsleder innen elektrohydrauliske kontrollsystem og kjemikalieinjeksjonssystemer. Markedet fordeler seg med 50/50 mellom Norge og internasjonalt. Etter at selskapet flyttet sammen med søster Anzett, har sistnevnte økt fokus på brannteknologi, support og service samt salg av komponenter. De to BRI-selskapene kompletterer hverandre godt og samarbeider deretter. Hitec Products-utstyr styrer blandt annet prosesser som foregår i dypet – subsea. Selskapet er leverandør til virksomheter som leverer totale kontrollsystemer, eksempelvis FMC, Aker, Cameron og Vetco. HP leverer til alle disse, enten de er i Norge, UK, Brasil eller Asia.

– Vi er stolte over produktene våre. Det vi utvikler og produserer, er komplisert teknologi som forener mange ulike disipliner – alt fra løfting og sveising til programmering og maskinvare. Som aktør må vi være gode på hele verdikjeden. Vi må kunne sette sammen ting som fungerer i hop, sier Tor Atle. Blant framtidens mest interessante markeder, er Brasil og Asia. På norsk sokkel vil mye i årene som kommer, dreie seg om service og modifikasjon. Også innen sistnevnte område er HP store. Ja, her har man sin største kontrakt noensinne, Valhall DP brønnkontroll, en kontrakt verdt over 50 millioner kroner.

Leder med ulike egenskaper

Tor Atle er 41 år gammel og har fartstid i bransjen fra 1994. Han har jobbet med alt fra salg til ledelse, og tror nettopp det har gitt ham et godt fundament.

– Jeg tror en leder må ha mange ulike egenskaper. Noe av det viktigste er at du må forstå forretningsmodellen din. Være like flink til å tenke både teknologi og økonomi. Du må også kunne mye om kundene, deres behov. Det svarer seg å kjenne folk. Vite hvordan en handel bygges opp. Hvorfor og hvordan ting skjer. Hvem som tar beslutninger, enten det er tekniske folk, innkjøp eller andre. Kort sagt forstå businessen. Og så kreves det stayerevne. Hitec Products Anzett driver langsiktig relasjonsbygging og salg. De fleste av kundene er samarbeidspartnere man har hatt gjennom mange år. Derfor er evnen til å skape relasjoner viktig.

– Mange av kundene våre har vi hatt i mange år. Det er det som skaper volum, mersalg og verdier. Derfor er det viktig at man yter en så topp innsats at kunden kommer tilbake. Og et langsiktig forhold gjør at kunden ofte har bedre forutsetninger for å gjøre en totalvurdering av hva vi tilbyr. Det er ikke alltid vi er best på pris. Likevel kan kunden komme til å velge oss fordi han vet hva han har igjen over tid. Sier Tor Atle. Som også trekker fram viktigheten av å tjene penger.

– Det høres nærmest banalt ut. Men altfor mange i vår bransje, innen leverandørindustrien, er gode på produkter, men dårlige på økonomi. Når alt kommer til alt dreier det seg om å vite hva ting koster samt ha en så sunn økonomi at man har forutsetninger for å utvikle selskap og produkter til alles beste.

– Hva er det som er så kjekt med å drive slik dere gjør?

– Det må først og fremst være alle mulighetene som finnes. Vi har et enormt potensial. Alt fra norsk sokkel til Østen, Brasil og USA. Og så videre.

Lysere utsikter nå

I likhet med bransjen for øvrig ble 2008 og 2009 krevende år for HPA. Mye stoppet opp. Prosjekter ble satt på vent. Beslutninger ble ikke tatt. I dag er bildet lysere. Markedet er i gang igjen. HPA vinner og mister kontrakter. Og troen på framtiden er stor. Stikkord her hjemme er blant annet Goliat og Gudrun. I tillegg kommer store subseafelt internasjonalt.

Innovasjon, det å skape nytt, blir stadig viktigere for HPA.
– Dette arbeidet gjøres ofte i det enkelte prosjekt, og i samarbeid med kunden. For øvrig har vi nå satt ned en egen gruppe som skal jobbe med nyvinning internt. Så dette er en viktig del av strategien vår for videre vekst og utvikling.
Historien om Hitec Products begynte i 2002 da Tor Atle og tre andre ledere i HP sammen med Bjørn Rygg kjøpte selskapet og virksomheten ut av Hitec-konsernet. Sett i ettertid var handelen en suksess, ikke minst på grunn av de tøffe tidene innen offshore. Men det gav også muligheter. De neste årene ble en spennende, men krevende tid. Fra 2006 og utover begynte det for alvor å løsne. I dag er HPA en viktig del av BRI-familien. Tor Atle setter pris på samarbeidet internt, og mener at ikke minst Bjørn Rygg har betydd mye for den positive utviklingen de siste årene. Det handler om et sterkt og brennende engasjement, samt viljen til å stille opp for selskapene når det gjelder.

Må lykkes internasjonalt

– Hva er de viktigste utfordringene i årene som kommer?
– Skal vi sikre fortsatt vekst, må vi lykkes enda mer internasjonalt. Aktiviteten her hjemme vil nok ikke vokse like mye som før, derfor må en del ting skje ute. Der igjen stilles det krav til et annet kostnadsnivå enn det vi kjenner hjemmefra. Det kan og må vi på sikt gjøre noe med. En annen ting er at det er jo mye vanskeligere å knytte relasjoner i andre deler av verden når man sitter her. Derfor må vi til enhver tid være til stede der hvor ting skjer. Troen på 2010 er stor.
– Det blir nok et utfordrende år. Likevel er aktiviteten stor. Og prognosene sier at de neste to, tre årene blir enda bedre.
Tor Atle Deisz jobber mye. Slik må det bli når man er både medeier og driver av en virksomhet. Med to små barn på henholdsvis to og snart seks blir det imidlertid også mye tid hjemme. Om vinteren er han dessuten ofte å finne på hytta i Røldal. Sommerstid er det huset i Spania som ofte trekker,et hus som brukes av hele storfamilien. Han trener, og han liker å reise. Når alt dette er gjort, er det stort sett ikke mer tid igjen. Da er det jobben som gjelder.

BEDRIFTSLEDEREN

Tor Atle Deisz er 41 år gammel. Han har vært i bransjen 16 år og har erfaring fra både ledelse og salg. Når han ikke jobber, er han gjerne på hytta i Røldal.

MANNEN SOM ELSKER SALG

Tekst: **Morten Helliesen**
Foto: **iStockphoto**

Det handler om å gå nye veier for å skape salg. Snu alle steiner man kommer over. Være kreativ og grenseløs, og sørge for å prøve alt. Møt Morten Kristiansen i NOT, en mann som nettopp lever og jobber slik!

I gruppen av NOT-selskaper er Morten salgsansvarlig og representant for samtlige sju bedrifter som driver overflatebehandling av metall. Han er som regel på farten fire dager i uken, året rundt. Det må til om han skal kunne betjene kunder i hele Sør-Norge. 48-åringen, som er bosatt i Sandefjord, legger da også bak seg mange kilometer på veien. Kilometertelleren i bilen stopper på cirka 70.000 når et år er unnagjort. Til gjengjeld får han jobbet effektivt fra morgen til kveld når han er underveis. Daglig gjennomfører han 6-10 kundebesøk. En travel måned kan bety et par hundre samtaler med små og store virksomheter Morten har på listen sin. Når superselgeren i NOT gjør opp 2009, mener han at han gjennomførte cirka 600 salgsbesøk. De fleste er rent oppsøkende virksomhet.

– I denne bransjen, hvor vi jobber med alt fra enmannsfirma til større konsern, er det ofte vanskelig å basere seg på at man skal ringe for å gjøre avtale. Derfor ringer jeg som regel ikke. Det smarteste er ofte bare å stille opp på sentralbordet og spørre etter den eller de som er ansvarlige for overflatebehandlingen. Og når jeg først får prate med folk, forsøker jeg å være konkret og bruke minst mulig av deres tid. Er man godt forberedt, er det utrolig hvor mye som kan sies og gjøres på 25 minutter.

Går det ikke i dag, går det i morgen

Som selger er Morten opptatt av å jobbe systematisk. Han tar for seg område for område, har mobilt bredbånd og stopper regelmessig for å koble seg opp, svare på mail, ringe kunder for avtaler osv. Slik sett er bilen kontoret hans.
– Noen ganger får jeg snøret i bunn på første forsøk og det blir salg. Andre ganger har bedriften kanskje en god leverandør som de ikke ser noen grunn til å skifte. Da er det bare å slå fast at slik er det – akkurat her og nå. Men det betyr ikke at jeg gir opp. Kanskje besøker jeg dem igjen etter 3-4 måneder, da med et nytt fokus. Leveringstid, den spisse kunnskapen vi har i NOT – mulighetene er mange. Det handler om å bearbeide den du har kontakt med og over tid bygge tillit.

I mange tilfeller blir det før eller siden leveranse. Og blir kunden da fornøyd, har vi trolig en relasjon for mange år framover. I NOT kan vi glede oss over å ha mange fornøyde kunder. Ikke noe er bedre grunnlag for framtiden enn nettopp det, slår Morten fast.
– Hva mener du er de viktigste egenskapene for å være en god selger?
– Jeg tror du må være uredd og like å oppsøke mennesker. Som selger må du være utholdende og tålmodig. Ting skjer ikke alltid i løpet av en time eller en dag. Tvert imot bygger du stein på stein. Og så må du ha kunnskap, ikke minst om de produktene og den kompetansen du selger, samt om markedet. Sier Morten, som har bransjeerfaring fra nettopp overflatebehandling, og som selvsagt er i stand til å svare når han får spørsmål om tekniske saker og ting. Bearbeiding av stål, sammensveising, type metall – hva kunden lurer på, kan man aldri vite. Derfor må selgeren ha gjort hjemmeleksen. Akkurat det gir grunnlag for tillit, mener han selv.

Et godt apparat i ryggen er avgjørende

– Hvor mye må du kunne om kundene?
– Å drive oppsøkende virksomhet, krever jo at jeg har en viss peiling på hva de driver med, for eksempel hvilke bransjer de jobber innenfor. Men fordelen er at de aller fleste virksomheter, alt fra mekaniske verksteder til sveiseindustri, har et generelt behov for våre tjenester.
– Med dine mange dager, uker og måneder på veiene – hva er viktigst for deg som selger?
– At jeg har et godt apparat i ryggen. God kontakt med folkene i NOT, enten det er formenn eller andre. Det hjelper ikke om jeg er en super selger, hvis ikke de jeg har i ryggen gjør jobben slik de skal. I NOT er vi i så måte utrolig heldige. Jeg stoler hundre prosent på de som skal følge opp kundene. Det er deilig å vite at vi har en dyktig og proff organisasjon. Det er lett å bli fristet til å spørre om Morten Kristiansen kunne ha solgt alt mulig. Ja, kunne han det?
– Tja, det er kanskje å ta litt vel mye i. Men hvis du har tro på det produktet du selger, kan du nå utrolig langt. Slik sett er jeg heldig. For NOT er ledende i landet på overflatebehandling.

Sier selgeren som åpenbart elsker jobben. Og som ikke går av veien for å strekke seg ekstra langt og gjøre en kreativ vri for å få en kunde. Som for eksempel da han for en tid siden kjørte på E6 nordover fra Oslo mot Gardermoen.

– Foran meg lå en lastebil fra et firma, et sveiseverksted som åpenbart var i min målgruppe. Det stod et mobilnummer på siden. Jeg benyttet anledningen, slo nummeret og så at personen i kjøretøyet foran meg tok telefonen. Kunne du tenke deg en liten prat om våre produkter innen overflatebehandling, spurte jeg. Og det kunne han. Fint, sa jeg, jeg er like bak deg. Sving inn på Shell-stasjonen der framme så tar vi en prat. Da jeg takket for praten litt senere, var avtalen i boks. Fortelleren Morten Kristiansen, veiens ensomme cowboy, idet han snur sørover og setter kursen hjemover mot Sandefjord. Der har han base i hjemmet, hvor et jenterom er gjort om til hjemmekontor. Slik kan man gjøre når barna er blitt store. Vel i hus kobler han seg opp på nettet, og vips så har han de samme programmer og den samme informasjon som man har uansett hvor i NOT man sitter.
– Jeg kunne ikke hatt det bedre, jeg. En god arbeidsdag her hjemme nå, men mandag bærer det ut på veien igjen, slår superselgeren fast.

Superselger: Morten Kristiansen.

Tips til deg som vil bli en enda bedre selger

Mange brikker må falle på plass om du skal bli en selger som bryter nye grenser. Et sammendrag av tips fra ulike eksperter, gir disse rådene.

Plan: Bedriften har vanligvis en plan for hvordan markedet skal angripes. Også for din egen del er det viktig å planlegge hvordan du skal tilnærme deg kundene slik at det resulterer i salg.

Markedsføring: Hva gjør du for at kundene, både dagens og framtidens, skal kjenne bedriften, deg selv og de produktene du markedsfører og selger? Markedsføring er en nøkkel til kunnskap og oppmerksomhet omkring det du driver på med.

Psykologi: Å møte kunden på hans eller hennes premisser, er viktig. Sett deg i deres sted. Hvordan tror du de tenker? Hvilke behov har de? Og hvordan mener de det kan løses best mulig? Hvor viktig er pris? Og fleksibilitet og rask levering? Still deg alle aktuelle spørsmål, så har du kan hende svarene du trenger.

Kreativitet: Å være fiks, utradisjonell og smart samtidig som man er seriøs, er ofte det som skal til for å gi nettopp deg et fortrinn i forhold til andre. Spør deg selv hvordan du kan overraske positivt og dermed kan hende få et overtak på konkurrentene dine.

Kunnskap om kunden: Hvor mye vet du om firmaet du skal besøke, samt om den personen du skal møte? Å være godt opplest på kunden, kan være det som skiller suksess fra fiasko, og det vil utvilsomt imponere at du kan en del om virksomheten og markedet deres.

Kunnskap om markedet: At du kan mye om markedet, demonstrerer en profesjonell holdning. Og det gir din framtidige kunde trygghet for å handle med nettopp deg.

Kunnskap om produktene: Sist, men ikke minst, er det viktig å kunne mest mulig om produktene du markedsfører og selger. En selvfølge, sier du kanskje. Men ikke alle kan nok om det de driver med. At du er et hederlig unntak, kan være det som skal til for at det blir et salg.

FIRE BRI-LEDERE OM HVA VÅRE VERDIER BETYR NETTOPP FOR DEM!

Martin Haga, Teksal:

For meg handler engasjement om å ha tro på framtiden. Så mye tro at man bare ikke kan vente på å komme dit! Det holder ikke kun med ord. Man må tro på det som sies og skrives. Først da et det mulig å bli overbevist. Og overbevist, det må du være om du skal få noe til.

Jeg er ikke redd for høye ambisjoner og store mål. Er alle i organisasjonen engasjerte og står de på, er det ikke grenser for hva vi kan få til. Selvsagt må vi ha gode produkter og rett kompetanse. Men vi trenger også engasjement. Det er en del av miksen.

Det utrolig spennende å skape business, arbeidsplasser. Å lykkes med det man gjør. Og noe av det mest fantastiske, er at har vi det samme veikartet og går vi den samme veien, blir folk flest utrolig målbevisste. Skal vi sikre at vi har samme oppfatning, er det viktig å kommunisere klart og direkte internt. Sier vi at vi har et mål om å nå den og den omsetning i løpet av noen år, er det viktig – ja, nødvendig – at alle tror helt og fast på det.

Hvordan jeg klarer å få andre engasjert? Først og fremst ved å snakke om det. Dessuten å vise at vi vil. Og har folk flest sett at vi har fått til ting tidligere, tror de at det virkelig ER mulig også denne gang. Det handler om troverdighet. Troverdighet er også å kommunisere så åpent at du både gjør det i gode og mindre gode dager. Da bygger du for framtiden!

Geir Ove Salte, NOT:

For meg har mot noe å gjøre med å kunne ta ting som de er, samt å ha evne og vilje til å gjøre noe med dem. Mot henger sammen med handlingsevne. Det er viktig å si ifra når noe ikke er som det burde. Det kan være på jobb, eller for den saks skyld hjemme. Han man ikke mot til å si ifra, vil ofte negative ting bare vokse og vokse. Jeg vet det ofte kan være vanskelig. Men altfor mange av oss har likevel ikke mot til å ta i ting som kan være ubehagelige.

Mot er også evnen og viljen til å kunne satse. Det kan være å gå for noe man lenge har jobbet med eller drømt om. Og så må man stå for avgjørelsen som er tatt. Det er ikke alltid like lett, for noen ganger er det upopulære ting som bestemmes. Men ikke desto mindre er det viktig! Det slår meg at mange ting her i livet er blitt vanskeligere enn de behøvde være rett og slett fordi noen av dem som var involvert ikke hadde mot til å si ifra eller ta en avgjørelse.

Men: Det er ikke bare å ta spenstige og dristige avgjørelser. Gjør man først det, er noe av det viktigste å følge dem opp.

Min favorittorganisasjon er en bedrift hvor folk våger å snakke klart til hverandre. Jeg tror det er mye mer produktivt enn om man ikke er åpne. Så får vi heller ta en fight nå og da. Det har ingen vondt av. Slik sett er mot også et uttrykk for ærlighet for meg.

Øystein Røyneberg, Landbruk & Maskin:

Å være jordnær er for meg det samme som å forholde seg til realitetene – virkeligheten, men samtidig kunne åpne for det grenseløse. Det er å unngå å ta av for alt mulig, men spare på kruttet til det virkelig skal brukes. Vite hvor man kommer fra. Nesten bokstavelig talt kjenne til hvor røttene er. Vi er bokstavelig talt nokså jordnære i landbruksbransjen. Bonden blir ved sin lest. Samtidig står han så trygt at han våger å prøve ut det som er nytt og viktig, eksempelvis av teknologi og nye produkter. Se bare på landbruket på Jæren. Her har vi Norges kanskje flotteste og mest moderne bruk.

Som begrep kommer selvsagt jordnær bokstavelig talt fra jorden. Jeg er stolt av å jobbe i en bransje som steller med dette. Stort nærmere det vi lever av, er det ikke mulig å komme. Og det er en fantastisk følelse hver vår når det begynner å spire og gro. Det er nesten vanskelig å sette ord på det. Det kanskje mest dekkende, er at det føles ”riktig”.

For meg handler også begrepet jordnær om å forvalte verdiene og ressursene våre på en best mulig måte. Slik sett tror jeg vi alle har mye å lære av bonden. Tror mange har mye å lære av bonden og den kreativitet han viser. Det er nok ikke for ingenting at Jæren er et sted både for landbruk av noen av de mest krative bedriftene vi har her i landet!

Bjørn Rygg, BR Industrier:

Jeg ser begrepet overraskende i et todelt perspektiv: Det ene er å overraske slik at folk rundt deg bråvåkner. Som regel er det positivt, men i noen sammenhenger kan det også være viktig å vekke folk slik at de forstår hva som skjer og slik at de kan handle i forhold til det. Den andre måten å se begrepet på, er når man tar en beslutning, god eller dårlig. Det å ta beslutninger vil ofte være en risikosport. Men like fullt må noen bestemme hva som skal skje. Og da kan det bli en kalddusj, en overraskelse, for noen og hver.

Jeg tror ofte det å overraske kan være positivt. Det gir litt mer trøkk i en prosess. Det å overraske, slå til når man har muligheten, tror jeg egentlig er mye av drivkraften i mennesker flest. Men i vår moderne tid har vi glemt mye av det. Det er lettere å leve våre liv uten å ta de store stegene. Det er nok mer komfortabelt her og nå, i dag, men kanskje ikke det smarteste på sikt.

For meg handler det å overraske mye om å bidra. Jeg synes altfor mange mennesker bidrar for lite. Ideer, synspunkter, forslag, kommentarer – kom med dem! Jeg vil mye mer ha det enn folk som bare glir med strømmen og som aldri sier noe som helst. Skal vi få til noe, må alle bidra. Og jeg vet at folk kan. Det er bare snakk om å våge. Det er ut av det vi skaper vekst!

B NORGE P.P. DISTRIBUERT AV POSTEN NORGE

Returadresse: BR Industrier AS, Forusbeen 210, 4313 Sandnes

BR INDUSTRIER

BR Industrier står i dag bak 14 virksomheter og sysselsetter direkte 530 mennesker. Vi vil bygge en kultur der vi tror på det umulige, utvikler levende arbeidsplasser og skaper gode historier for fremtiden. Dette gjør vi med sterkt engasjement, mot og vilje til å tenke utradisjonelt.

www.br-industrier.no

OPTIMISME FOR 2010

NOT, Geir Ove Salte:
Starten på 2010 ser bra ut. Vi har jobb i alle anlegg, selv om ordrereservene er noe lavere en normalt. I år tror jeg vi må være innstilt på å jobbe knallhardt. Finanskrisen er bare over på Stortinget og i nyhetene. Men vi skal få det til.

Landbruk og Maskin, Øystein Røyneberg:
Landbruk & Maskin har en god start på 2010 med stor ordrereserve. Vi er fortsatt noe usikre på hva 2010 vil bringe. Men vi har en god følelse, og tror på økt stabilitet.

Teksal, Martin Haga:
Det ser veldig bra ut, og vi starter med tidenes ordrereserve på 110 millioner kroner. Målet i 2010 er å øke omsetningen til 290 millioner. Vi skal gå til anskaffelse av nytt engineeringsverktøy og utnytte teknologi bedre på tvers av selskapene. I år skal vi også rekruttere 30 nye medarbeidere.

Metallteknikk, Ronny Reiestad:
2010 ser greit ut foreløpig. Men vi kan ikke se at krisen er over med det første. Vi satser derfor tungt på nye kunder og nye områder for å kunne fylle opp fabrikken fremover. For 2010 ser vi at vi må utvide vår kundemasse fremover. Det vil gi oss flere ben å stå på de neste årene.

NOS, Ivar Hognestad:
2010 blir et år med fortsatt vekst. Viktigste mål er en omsetning på 36 millioner kroner. Blant utfordringene i år blir å etablere agenturene våre i markedet. I tillegg kommer videre vekst på verkstedet samt sertifisering til ISO 9001-2008.

HelikopterDrift Stavanger, Kristian Elvestad:
Vi står godt rustet til å ta imot nye og gamle kunder i 2010. Operativt vil vi i år påta oss større jobber enn vi har gjort tidligere. Vi vet at i løpet av våren skal flere prosjekter startes opp, der helikoptertransport er en vesentlig del av arbeidet. Året har startet positivt med tanke på forespørsler for kommende høysesong som starter ved påsketider.

Simex Mechanical, Ole Kvadsheim:
2010 blir et utfordrende år. Det har startet litt rolig, men det er bevegelse i markedet og ordreinngangen ser ut til å ta seg opp. Viktige mål i år er å holde fokuset på nye kunder, samt sikre god inntjening.

Trio Maskinering AS, Frank Pols:
2010 blir et utfordrende år. Det handler om å vinne flest mulig kontrakter. Det er en utfordrende situasjon blant konkurrentene våre ved at mange kjøper seg markedsandeler. Det kommer ikke vi til å gjøre.

Lexar AS, Andreas Marvik:
Vi har flere kontrakter som kommer til å gå ut hele 2010. For 2010 blir det viktig å sikre oss langsiktige kontrakter. Dette kan for eksempel være rammeavtaler innen vår kjernekompetanse, hydraulikk og ventiler.

Eik Senteret, Vidar Haukalid:
2010 har startet godt. Vi har hatt et økt salg som følge av kulden, da eksempelvis av snøfresere og andre vinterrelaterte produkter. I 2010 vil vi ha et enda sterkere fokus på lønnsomhet, samt best mulig service til kundene våre.

For mer informasjon om **Sepro** og **Hitec Products Anzett**, sjekk Bedriftsprofilen og Bedriftslederen i magasinet