

Praktikfall 4

Bertmarks Förlag knackar på dörren

Anna Carlsson-Käck

Grundaren Kurt Gusten Bertmark visste redan vid starten att det var dörrknackning – hembesöksförsäljning – han skulle använda för att få ut sina årsböcker och lexikon i de svenska hemmen.

– Vi har en minimal administrativ organisation, men det är ett medvetet val. Vi vill inte att den ska svämma över. Det som händer i företaget ska hända ute på fältet, slår VD Per-Olov Persson fast.

Fältet, det vill säga landet, är uppdelat i fem regioner där anställda regionchefer tar hand om allt från rekrytering av nya säljare till coachning och träning av de som redan är inne i organisationen. Inom regionerna finns flera distrikt där säljarna sorterar under ett antal teamledare. De arbetar på samma sätt som övriga säljare men ansvarar också för att listor på besöksadresser tas ut och fördelar dem vid säljmöten under veckan till de andra i teamet. De fungerar också som säljarnas coach och direktkanal till förlaget. För det extra ansvaret får de en mindre provision på



På lång sikt. Marknadschef Mathias Rimsby och VD Per-Olov Persson på Bertmarks Förlag skapar långsiktiga relationer, både med direktsäljare och kunder.



Trivs. "Jag styr själv över både arbetstid och inkomst", menar Malin Levander, som sålt böcker genom hemförsäljning i tio år..

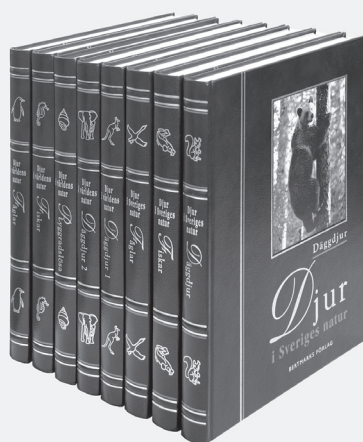
"sina" säljares försäljning. Malin Levander från Ängelholm, en av Bertmarks teamledare, var i början ganska skeptisk till att gå från dörr till dörr och sälja böcker, hur bra böckerna än var.

– Som så många andra trodde jag att dörrknackare inte blev väl emottagna, att de inte släpptes innanför tröskeln. Jag begrep inte hur det var möjligt att försörja sig på det. Men så följde jag med en av förlagets säljare och såg hur verkligheten såg ut; att folk är väldigt vänliga och att det är oerhört sällan som man inte blir insläppt för att göra sin produktpresentation.

Det är nu tio år sedan den då 23-åriga Malin Levander fick tipset att prova som dörrknackare hos Bertmarks.

– Jag trivs och kan vara hemma med mina barn på förmiddagarna. Vi slipper stressa iväg till dagis och även om min äldsta nu börjar skolan, fungerar det bra. Det blir visserligen mycket kvällsarbete men det vägs upp av att arbetet är så fritt. Jag styr ju själv över både min tid och min inkomst. Jag arbetar helt på provision men har ett vanligt anställningsavtal, vilket känns tryggt med tanke på exempelvis försäkringar och pension.

Produktsortimentet säljs som serier som kunden prenumererar på under minst fem år. Återköpsfrekvensen är så hög som 60-70 % och många kunder finns kvar sedan 60- och 70-talen. Enligt Mathias Rimsby – tidigare säljare, regionchef och numera marknadschef hos Bertmarks – är det också en av nycklarna till förlagets framgångar.



– Det handlar om att skapa långsiktiga relationer och att arbeta efter sina egna förutsättningar. Jag ska ju kunna komma tillbaka till min kund om fem år när prenumerationen löper ut och antagligen ytterligare någon gång däremellan. Då är det viktigt att jag redan vid första besöket är både ödmjuk och lyhörd, annars är jag inte välkommen tillbaka.

En som fått komma tillbaka till "gamla" kunder flera gånger om är Ulf-Johan Kihlagård, 63 år, från Halmstad som med framgång sålt böcker för Bertmarks Förlag i mer än 30 år.

– Nyckelordet är självdisciplin och fokusering. Arbetet gör sig inte själv. En vanlig dag startar jag vid lunch och fortsätter fram till nio på kvällen, med någon paus under eftermiddagen. Ofta jobbar jag bara måndag till torsdag och tar långledigt över helgen. Jag trivs verkligen med att arbeta så här och arbetet har gett mig fantastiska möjligheter och en livskvalitet som jag antagligen aldrig hade fått annars.

Liksom Malin ser Ulf-Johan friheten att bestämma över sig själv och möjligheten att träffa människor som den största fördelen med arbetet.

– Och som gammal i gården får jag nu betalt för gammalt slit, jobb som jag tidigare gjort. Mina gamla kunder hör ofta av sig innan jag hinner kontakta dem.

Rekryteringen av nya säljare – som sköts av anställda regionchefer och säljinstruktörer – sker både genom vanliga platsannonser och genom mun till mun-metoden. Platsannonserna är för övrigt den enda externa marknadsföring som görs av Bertmarks Förlag. Marknadsföringskontot prioriteras istället till bra utbildnings- och presentationsmaterial för säljarnas räkning. Att arbeta enbart på provisionslön kan dock verka skrämmande för en del, därför erbjuder förlaget numera två månaders provanställning med en mindre garantilön.

– Att göra karriär som dörrknackare är sällan något man går och drömmer om och fördomarna är många. Då är garantilönen ett bra sätt att ge nya säljare tid att se att det inte är så konstigt. Men man måste ha en drivkraft, en drive i sig, en vilja att förändra sitt liv. Här fungerar provisionen som en morot och gillar man morötter så stannar man hos oss, säger Per-Olov Persson.



Livskvalitet. Ulf-Johan Kihlagård har 30 år i branschen. "Arbetet gör sig inte själv."

– De som vi ser fungerar bäst och blir de bästa säljarna är de som kommer in i 25-årsåldern med viss erfarenhet – inte nödvändigtvis från försäljning – och vet vad arbetslivet innebär. De är ofta män, på så sätt skiljer vi oss från övriga direkthandelsbranschen där merparten är kvinnor. Troligen beror det på de arbetstider våra säljare har. Vi ser dock att de kvinnor vi får in ofta är bättre säljare än männen, menar Per-Olov.

Som ny säljare hos Bertmarks Förlag erbjuds man en säljskola i tre steg. Den pågår under 18 månader där praktiskt försäljningsarbete varvas med mer teoretisk utbildning och träning, både enskilt och tillsammans med andra. Befintliga säljare är alltid välkomna att delta i hela eller delar av säljskolans utbildningsprogram.

– Vi är medvetna om att det ibland bara är själva säljutbildningen som lockar en ny säljare. De tänker: "Jag kan ju i alla fall gå igenom de där 18 månaderna så kan jag gå vidare någon annanstans sedan." Men det är okej att de använder oss som språngbräda, många av guldkornen blir kvar ändå. Ett sjuttiotial av våra hundra svenska säljare har varit kvar hos oss i flera år, resterande omsätts med jämna mellanrum, vilket är normalt i alla säljkårer, speciellt i den här branschen, konstaterar Mathias.

FAKTA

Om Bertmarks Förlag (www.bertmark.se)

Bertmarks Förlag grundades 1946. Det har egen utgivning av årsböcker och uppslagsverk. Sedan starten har 10 miljoner böcker levererats, förlaget har 220 000 bokprenumeranter, finns representerat i Sverige, Norge och Danmark och sysselsätter fler än 200 personer. Bertmarks Förlag ingår i Nordens största mediegrupp, SanomaWSOY, som är börsnoterat i Helsingfors och har en omsättning på 22 miljarder kronor. Av detta står Bertmarks för 205 miljoner (2004).

Diskussionsfrågor

1. Drömmer du om att arbeta med försäljning via dörrknackning, hembesöksförsäljning? Motivera? Vad kan det finnas för fördomar?
2. Säljare som tidigare arbetat inom direkthandeln, inte minst med dörrknackning, är attraktiva på arbetsmarknaden om de vill byta jobb. Varför tror du att det är så?