

Praktikfall 6

Starta eget av flera skäl: Lingon & Blåbär, Alpnaering och Madame Chic

Anna Carlsson–Käck

Anledningarna till att man väljer att starta eget är säkert lika många som det finns egenföretagare. Men varför väljer man att starta just ett direkt-handelsföretag? För någon är det slumpen, för en annan ett konkret mål redan från start medan den tredje upplevde det som enda möjliga försäljningsmetoden för sin produkt.

Lingon & Blåbär AB

Marie Höckerman och Britt Hörding var båda mammalediga och hade svårt att se hur de skulle kunna gå tillbaka till "det normala yrkeslivet" igen, med allt vad det innebär.

– Vi ville ta makten över våra egna liv, berättar Marie. Samtidigt hade vi mer och mer börjat fundera kring varför

Tog makten över sina egna liv. Lingon & Blåbärs grundare, Britt Hörding och Marie Höckerman.





det inte fanns några riktigt bra barnkläder på marknaden, sådana som faktiskt var gjorda för barn. Och så föddes idén om att skapa Lingon & Blåbär – ett eget varumärke för barnkläder.

Marie och Britt investerade några tusenlappar och varsin symaskin och började sy hemma i Maries garage. Året var 1996 och ganska snart insåg de att de inte hann med all sömnad och försäljning själva. Sömmerskor anställdes, men hur lösa försäljningsbiten?

– Ingen av oss hade någon erfarenhet av direktförsäljning men vi förstod instinktivt att det var just den metoden som var den bästa för oss. Butiksledet uteslöts på ett tidigt stadium eftersom det var tidsödande att sälja in plaggen, dessutom var betalningsförmågan hos de mindre butikerna väldigt låg. Vi ville också att man i samband med försäljning skulle kunna berätta om kläderna, berätta om grundtanken med Lingon & Blåbär och våra kollektioner.

Lingon & Blåbärs 700 direktförsäljare är uppdelade i olika team. Varje team har en teamledare som ser till att återförsäljarna får den information och peppning de behöver för att kunna göra ett så bra jobb som möjligt ute på fältet. Teamledarna i sin tur har coacher att vända sig till vid behov.

– Våra sex coacher är nyckelpersoner i verksamheten, därför har vi valt att anställa dem. De har hand om nyrekryteringen och ser även till att teamledarna får det stöd och den träning de behöver, berättar Marie Höckerman.

Alpnaering Sverige AB

För Marianne Westberg, VD för Alpnaering Sverige AB, började "starta eget-drömmarna" på ett helt annat vis.

– Jag hade inte alls någon tanke på att starta eget från början. Jag var mammaledig och började så smått med olika typer av direktförsäljning. Efter ett tag började jag arbeta med Alpnaering, där jag sålde kryddblandningar och kosttillskott till vänner och bekanta på hempartyn. Jag tyckte att det var roligt, rekryterade fler säljare och det gick riktigt bra. Det gick så bra att jag erbjöds att bli försäljningschef i Sverige.

Det här var 1994 och den svenska delen av det schweiziska företaget hade gått dåligt under flera år. Marianne fick ett bra optionsavtal och blev lovad att om hon lyckades vända siffrorna inom sju år, skulle hon få ta över helt och hållet.

– Redan efter två år var målet nått och jag tog över Alpnaering Sverige AB i augusti 1996.

För Mariannes del var det något av en slump som gjorde att hon hamnade just hos Alpnaering. Däremot var det inte en slump att det blev i ett direkt-handelsföretag hon gjorde sin karriär.

– Jag provade under ett par omgångar på att arbeta för ett annat direkt-handelsföretag och därefter ännu ett innan jag fann Alpnaering. Jag hade också arbetat som demonstratris i butik och sett hur spännande det är att kunna påverka folk med hjälp av hur jag själv agerar och vad jag säger. Idag är "bra svar" en bristvara i butikerna. De som säljer i butik vet inte alltid vad de säljer, vad produkterna innehåller eller hur de ska skötas. En direktsäljare vet vad hon pratar om och kan sina produkter. Därför är det så viktigt för direkt-handelsbranschen att vi erbjuder kvalitet. Kvalitet ger nöjda kunder och nöjda kunder kommer tillbaka, och vi är oerhört beroende av att våra kunder gör just det, kommer tillbaka alltså, menar Marianne.



Vände på siffrorna. Marianne Westberg startade som "vanlig" direktsäljare, vände på företagets siffror och blev erbjuden att ta över verksamheten. Idag är Marianne VD för Alpnaering Sverige AB,





Hos Alpnaering har man 1200 självständiga återförsäljare som sorterar i olika distrikt under ett 60-tal anställda distriktschefer som liksom Lingon & Blåbärs coacher, ansvarar för nyrekrytering, utbildning och träning. Alpnaering har dessutom 15 regionchefer med övergripande ansvar för respektive region.



Madame Chic Kosmetika AB

Man kan starta eget utan att riktigt inse att det är det man gör. Gun-Inger Bertilsson, VD för kosmetikföretaget Madame Chic Kosmetika AB, blev egenföretagare mer eller mindre ofrivilligt och ogenomtänkt.

– Jag har alltid varit kraftigt allergisk och lidit av eksem och när jag blev äldre upptäckte

Ofrivillig företagare? Gun-Inger Bertilsson, VD för kosmetikföretaget Madame Chic Kosmetika AB, skapade en produkt utifrån sitt eget behov, utan en tanke på att starta eget.

jag att jag inte tålde några skönhetsmedel alls. Vid den här tiden studerade jag till kosmetolog och gjorde så småningom min praktik vid allergiforskningskliniker i både USA och Schweiz. Parallellt med studierna höll jag föreläsningar på kvällarna om allergi och hudvård.

Intresset under Gun-Ingers föreläsningar var stort och snart började folk fråga efter produkter.

– Ett frö var sått. Jag kunde ju faktiskt ta fram egna produkter, baserade på de erfarenheter och kunskaper jag själv hade. Jag sålde sedan produkterna under mina föreläsningar och till slut fick jag så mycket beställningar att jag inte klarade av att hantera dem själv. Då tog jag in fler och utbildade dem och så fortsatte det av bara farten. Fortfarande, efter drygt 30 år, är utbildning basen i vår verksamhet.

Madame Chic hade en tuff ekonomisk start men Gun-Inger har läst och lärt allt eftersom. Hon bestämde sig tidigt för att de flickor som ville jobba med hennes produkter inte skulle behöva satsa en stor summa egna pengar. Istället gav hon dem en kostnadsfri utbildning och delade frikostigt med sig av sina egna erfarenheter och misstag.

– Om man bara bjuder på sig själv och inser hur viktigt det är med bra coaching kan man hjälpa andra – och därmed sig själv – att komma praktiskt taget hur långt som helst. Om man ska lyckas inom direkthandel måste man tycka om att jobba med människor. Det är hela tiden ett givande och tagande, men man får alltid mer tillbaka än vad man ger.



FAKTA**Om Lingon & Blåbär AB**

Lingon & Blåbär AB (www.lingonochblabar.se) producerar och säljer barn- och vuxenkläder. Företaget har nästan 700 direktsäljare i Sverige, Norge, Finland, Tyskland och Schweiz och 2005 omsattes 140 miljoner kronor i konsumentledet.

Om Alpnaering Sverige AB

Alpnaering Sverige AB (www.alpnaering.com) säljer kryddblandningar, kosttillskott och fett-, salt- och kalorisnål mat. Produkterna importeras från Schweiz största direkthandelsföretag Nahrin AG. År 2005 sysselsatte företaget omkring 1 100 personer och hade en omsättning på 38 miljoner kronor i konsumentledet.

Om Madame Chic Kosmetika AB

Madame Chic Kosmetika AB (www.madame-chic.com) producerar och marknadsför kosmetika och kosmeceutiska produkter som tas fram i egen fabrik i Kvänum. Företaget finns i Norden, Schweiz, Rumänien, Nya Zeeland och i flera länder i arabvärlden och i Asien. År 2005 omsatte Madame Chic 25 miljoner kronor i konsumentledet. Det finns fem regionsdistributörer med sammanlagt 35 distributörer under sig som i sin tur fungerar som stöd och coacher åt cirka 450 återförsäljare i olika grupperingar.

Diskussionsfrågor

1. I Sverige finns drygt 908 000 privata företag som har 0–9 anställda (Källa PAR oktober 2006). Mer än 2 miljoner svenskar jobbar i dessa företag. Vad tror du ligger bakom dessa siffror?
2. Skulle du kunna tänka dig att starta eget? Varför? Varför inte?
3. De stora företagen som finns i Sverige idag har funnits i årtionden. På senare år har få nya företag vuxit och blivit stora internationellt. Varför kommer inga nya Ikea, Volvo och Electrolux fram i dagens Sverige?