



## Läsplattan – nytt verktyg för ökad service hos Electrolux

Service teknikern som får rycka ut för att göra en garantireparation på frysen är en kostnad. Eller så ser man servicebesöket som en möjlighet till framtida införsäljning.

För Electrolux gäller det sistnämnda. Inom vitvarutillverkaren genomförs nu ett stort projekt i syfte att förbättra, utveckla och stödja servicesidan. Mera IT på fältet är en del av receptet för att sälja mer.



Snart blir läsplattan lika viktig som verktygslådan och reservdelarna för Electrolux service tekniker. Redan nu har en förstudie startats upp tillsammans med Pdb och om allt går som det är tänkt kommer läsplattor i större skala att finnas ute hos service teknikerna i Sverige till halvårsskiftet.

– Sedan 2002 har vi egentligen bara stått på perrongen och tittat på när tågen blåst förbi. Den satsningen vi gör nu är helt nödvändig och målet är att ta till oss av den teknik som finns för att utveckla servicen, berättar Bo Ström, ansvarig för Electrolux serviceverksamhet i Sverige och Norge.

Det innebär att service tekniker utrustas med läsplatta som blir ett verktyg för att både hämta och lämna information. Utgångspunkten är att göra slutkunden nöjdare och då är den här lösningen mycket bra, menar Bo Ström. Genom att utnyttja IT-tekniken är målsättningen att minska antalet återbesök på fältet. Idag löser service tekniker uppgiften vid första besöket någonstans mellan 60 och 80 procent. Målet är att komma upp i över 90 procent.

– Det ser vi som fullt möjligt. Via läsplattan ska service tekniker få bättre information om uppdraget inför besöket. Bland annat ska tekniker få veta exakt vilken typ av maskin uppdraget avser, om det finns servicehistorik på maskinen, om just den här modellen har något känt problem. Via läsplattan kan tekniker hämta sprängskisser och annan teknisk information, förklarar Bo.

En annan fördel är att all information hämtas och lämnas direkt från eller till Electrolux servrar. Det innebär att det alltid är den senaste information som tekniker har tillgång till.

– Teknikerns service rapporter och faktureringsunderlag skrivs in direkt i affärs systemet. Ska han boka ett återbesök kan han ge besked till kunden direkt om tid, det här är bara en del av det vi vinner med den här tekniken, säger Bo, och tillägger:

– Det viktigaste är att vi så snart som möjligt kommer i gång och använder läsplattan. Efter hand bygger vi på med fler möjlighet till tjänster.

### Vilka är de viktigaste vinsterna med projektet i stort?

– Att vi får nöjdare kunder. Om vi kan förbättra servicen och informationen till våra befintliga kunder, då ökar givetvis chansen att de väljer våra produkter även i framtiden. Genom att använda IT-tekniken fullt ut tror vi också att service teknikerna kan vara mer effektiva ute på fältet. Min gissning är att de i genomsnitt kan göra ett par besök till per dag. Det innebär att de investeringar vi tar kommer att vara betalda inom en rimlig kort tid. Men i nuläget vet vi ännu inte om vi går vidare efter förstudien.

## Pdb följer kunder i världen genom nystartat bolag

Sigma Pdb ServiceCenter AB är namnet på ett nytt bolag. Huvuduppgiften för bolaget är att ge stöd och hjälp åt Pdb:s internationella kunder.

– Nu får vi möjlighet att serva våra kunder oavsett var de befinner sig i världen. Via vårt samarbete får vi tillgång till Sigmas resurser globalt. Det leder till att vi kan utöka vårt erbjudande till kunder som har en internationell närvaro, säger Jan Thulin, VD på Pdb.



De allra största Pdb-kunderna har verksamheter över hela världen. För att säkra upp kundernas IT-funktioner globalt har Pdb tillsammans med Sigma bildat ett gemensamt bolag, Pdb Sigma ServiceCenter, som får till uppgift att jobba med just globala uppdrag.

– Med samarbetet ser vi att Pdb kan åta sig helhetsleveranser mot stora svenska företag, på ett sätt som vi inte tidigare haft möjlighet till. Sigma Pdb ServiceCenter har sitt säte i Jönköping och startades upp direkt efter årsskiftet, berättar Jan Thulin.

Pdb och Sigma ser samarbetet som ett strategiskt steg i att utveckla befintliga kundrelationer till en ny nivå. Det ger kunder tillgång till Sigmas globala resurser och kapacitet, inklusive lägstkostnadsregioner, och Pdb bidrar med sin djupa verksamhetskunskap. Sammantaget kommer Pdb och Sigma att erbjuda de bredaste förvaltnings- och utvecklingstjänsterna i regionen.

– Samarbetet stärker oss ytterligare som leverantör av helhetsåtaganden till internationellt verkstämmande företag. Vår kapacitet i kombination med Pdb:s experter utgör ett mycket konkurrenskraftigt alternativ, avslutar Michael Krantz, CSO, Sigma.

## Stärker varumärket i boxplay och powerplay

När mästarlaget HV71 spelar med en spelare mer, eller en spelare mindre, då dyker Pdb upp i Kinnarps Arena.

Idén till reklamen föddes i slutet av 90-talet i Calgary. För Pdb har HV-matcherna blivit ett sätt att synas och att träffas.



På den jättelika jumbotronen – bildskärmarna över isen – dyker plötsligt Pdb fram. "Entrén i matchen" sker varje gång HV får spela med en man mer eller med en man mindre.

– Det är ett sätt att visa att vi stödjer HV både i med- och motgång. Vi har förstått att vår reklam på HV-matcherna uppmärksammas stort. Jag tror ingen som ser HV:s hemmamatcher har missat att vi exponerar vårt varumärke där, berättar Allan Hagborg, vice VD för Pdb.

Idén till Pdb-reklamen föddes på andra sidan Atlanten, i hockeystaden Calgary, där Foppa Forsberg vann Stanley Cup två gånger om.

– Vår medarbetare Arne Forsmed tipsade oss om hur programvaruföretaget Cognos gjorde reklam för en av sina produkter med namnet Powerplay i ishockeyrinken.

– Jag tänkte på idén och pratade med HV som också gillade upplägget. Nu har vi i mer än tio år visat upp oss under HV-matcherna när laget spelar i powerplay eller boxplay.

Kinnarps Arena används inte bara för att få ut varumärket Pdb. Det är också en arena där Pdb träffar kunder.

– Kombination att prata affärer och titta på hockey gillar vi. Kanske beror det på att vi själva pratat mycket om lagbygge och vikten av samarbete. HV71 är dessutom ett fantastiskt starkt varumärke som vi gärna förknippas med, säger Allan.

## Dubblar antalet trainees

I vanliga fall anställer Pdb två, max tre trainees om året. Men 2011 blir ett undantag. Nu är Pdb på jakt efter fyra antalet.

– Vårt rekryteringsbehov ökar i takt med att vi växer, förklarar Allan Hagborg, marknadschef på Pdb.



Att som nytexaminerad ta sig in på arbetsmarknaden kan vara svårt. Framför allt i en bransch där kunderna efterfrågar erfarenhet. För att fånga upp talangfulla studenter har Pdb ett traineeprogram.

– Nybakade studenter saknar många gånger den nödvändiga arbetslivserfarenheten. Målet med vårt program är att utveckla studenterna och erbjuda dem en fast anställning, säger Allan Hagborg.

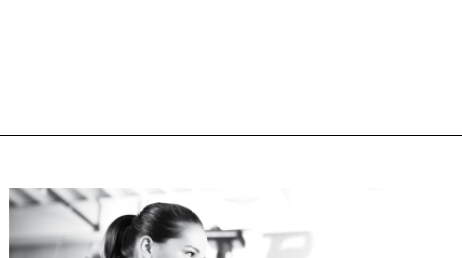
Under nio månader får traineen ingå i olika projektgrupper för att på så sätt få en så bred kunskap som möjligt. Den får vara med om allt, från första kundmöte till installation och lansering.

– I år kommer vi att anställa fler trainees än någonsin. Dels ökar vårt behov i takt med att vi växer. Dels har det visat sig vara ett bra rekryteringsätt, säger Allan Hagborg.

## Så får Pdb fart på benen

Alla vet att det är sunt att träna. Ändå kan det vara svårt att både komma igång och behålla motivationen. Pdb har därför valt att jobba aktivt med friskvård.

– Pdb satsar på friskvårdsbidrag och så deltar vi i flera tävlingar och utmaningar. Det har fått många av oss att motionera mera, säger Karin Alberts Erlandsson, som sitter i personalrådet på Pdb.



Det är ingen ovanlig syn att få se Pdb:s IT-konsulter sitta flåsandes på en spinningcykel, eller ännu oftare, med en stegräknare fäst i livremmen.

– Ifjol gick vi tillsammans 90 miljoner steg under ett halvår, berättar Karin Alberts Erlandsson, som jobbar med kundsupport på Pdb.

Varje Pdb-anställd har tillgång till friskvårdsbidrag året runt. Syftet är att få de anställda att motionera – och må bra.

– Det är många av oss som håller igång och jag tror att det bidrar till den goda stämningen som vi har på jobbet, säger Karin.

Den egna träningen kryddas med gemensamma ansträngningar. Ifjol stod Blod-omloppet och Spinn of Hope på programmet. Samma tävlingar väntar i år, liksom Våruset. Dessutom utmanar de anställda varandra.

– Ett gäng åker Vasaloppet, och ifjol sprang några en maraton i Hamburg. Vi är nog rätt duktiga på att inspirera varandra. Det blir en del tränings snack i fikarummet. Och jag är övertygad om att det ger effekt. Om inte annat så har vi kul på jobbet.

## Hallå där Jan Thulin, VD för Pdb

### Varför söker Pdb fler medarbetare hela tiden?

– I vår strategi ingår tillväxt och lyckligtvis har vi ända sedan starten 1983 fått både fler kunder och uppdrag. Skulle vi känna mättad vore vi inte en lika bra partner till våra kunder. Vi vill bli både bättre och starkare.

– Idag får vi många spontanansökningar från människor som vill jobba hos oss. Det ser jag som ett bevis på att vi har skapat ett starkt varumärke och att vi har rykte om oss att vara en bra arbetsplats.



### Kan man vara datakonsult och samtidigt en bra förälder?

– Definitivt. En bra livssituation skapar förutsättning för en bra prestation. Det i sin tur innebär att vi gör ett bra jobb. Vi ska vara bra på att lyssna och ge kunden det den behöver för att förbättra eller utveckla sin verksamhet.

### Vad betyder egentligen "IT på småländska"?

– Jag säger robusthet. Vi ska stå för det stabila och trygga. Jag tror att vi alla drivs av någon slags entreprenörskaps-anda, att hela tiden leverera bra lösningar och tjänster för våra kunder. Stoltheten i att göra ett bra jobb är viktigt.