



»Vi har altid haft øje for kundernes tilfredshed, men sætter det nu i meget skarpere perspektiv,« siger adm. direktør Svend Hartmann fra Enemærke & Petersen om den offensiv, der skal gøre de ansatte til bedre ambassadører for virksomheden. Foto: Jesper Langhoff

Angreb er det bedste forsvar i byggebranchen

Entreprenør uddanner håndværkere til supersælgere



AF SUSANNE THOLSTRUP

Entreprenørvirksomheden Enemærke & Petersen med basis i Ringsted blæser nu til angreb i et marked, hvor de fleste aktører ligger forslæde efter den omgang

bank, de har fået siden efteråret, hvor finanskrisen brød ud i lys lue. »Vi har lagt en meget ambitiøs plan for, hvordan vi vil bruge krisen som en chance til at vinde markedsandele og til at fastholde rekordindtjening i branchen,« siger adm. direktør Svend Hart-

mann. Enemærke & Petersen er en del af entreprenørkoncernen MT Højgaard og beskæftiger 400 håndværkere og 150 funktionærer. Planen går ud på hurtigt at drage fordel af den kendsgerning, at branchens kunder de senere år har oplevet en elendig service og skuffende kvalitet. Som helhed står byggebranchen med et ramponeret renommé efter den voldsomme overophedning, hvor efterspørgslen var helt ude af trit med udbuddet. »Vi har altid haft øje for kundernes tilfredshed, men sætter det nu i meget skarpere perspektiv. Derfor kører vi lige nu workshopper ude på

byggepladserne, hvor håndværkerne trænes i at tænke i kundeservice og til at finde nye veje til at give kunderne en god byggeoplevelse. Håndværkerne er jo vores frontsoldater, da de møder kunderne hver dag,« fortæller Svend Hartmann. Kunderne er delt op i to grupper; den ene bygherrer og rådgivere, den anden beboerne – i erkendelse af at de skal behandles forskelligt og har forskellige behov. **Gode ambassadører** Han valgte i oktober at tilpasse funktionærstaben ved at beskære den med 3-4 pct. og samtidig geare resten af

organisationen til den nye offensiv, der overordnet går ud på, at alle ansatte skal se sig selv som sælgere og brande virksomheden, så kunderne kommer igen og bliver gode ambassadører for virksomheden. »På licitationsmarkedet er vores volumen ikke blev mindre, tværtimod. Vi har masser af opgaver at regne på, men vi mærker, at der er hårdere konkurrence om at få opgaverne,« siger han og føjer til: »Vi har is i maven endnu og følger ikke med den prisdumping, der foregår. Vi har foretaget gode investeringer og effektiviseringer de sidste par år og lagt til side til en

regnvejrdsdag.« »Både omsætning og indtjening siver måske lidt i 2009, men vi tror, at vi med en offensiv plan kan slå noget af krisen tilbage. Vores medarbejdere er allerede begyndt at agere offensivt, så nu handler det om at tage markedsandele,« siger Svend Hartmann. susanne.tholstrup@borsen.dk