

ÅRSMELDING 2019



Årsmelding 2019

2019 ble igjen et godt år for Glassfagkjeden og dens medlemmer. Tilbakemeldinger fra medlemsmassen tyder på at det har vært et hektisk år både med hensyn til forsikringsjobber og øvrige glassmestertjenester. Omsetning og antall tildelte forsikringsjobber har økt, vi har igjen vist at vi kan forbedre oss i forhold til å jobbene som tildeles oss via In4Mo forsikringsportalen

Synligheten til Glassfagkjeden har gjennom markedsføringsaktivitetene nådd nye høyder. I realasjon til digital synlighet ligger vi på en høyere plassering enn våre konkurrenter og betyr i praksis at Glassfagkjeden er den mest synlige glassmesterkjeden i Norge på digitale flater.

I januar 2020 økte trafikken med 51 % sammenlignet med desember.

Dette innebærer at vi, for første gang, lander på over 10 000 besøk på en måned. Vi har også oppnådd ny rekord på organisk trafikk, hvor vi for første gang får over 6000 besøk, en økning på 53,8 % sammenlignet med desember, og en økning på 105,8 % sammenlignet med januar 2019. Antallet konverteringer øker også i januar, med 52 %, noe som innebærer at konverteringsraten ligger relativt stabil. Med det sagt innebærer dette at vi også setter ny rekord på antall nye kontakter på en måned, med hele 120 nye kontakter i januar.

Asbjørn Lunde har siden Jan Frode Hagen sluttet hatt det overordnede ansvaret for Glassfagkjeden, men sa i november 2019 opp sin stilling som administrerende direktør for Pilkington Norge as og fratrer også da som ansvarlig for Glassfagkjeden. Anne-Charlotte Braastad har overtatt fra 01.01.2020 som leder for Glassfagkjeden.

Det har vært viktig også i 2019 å jobbe målrettet mot medlemmen for at de skal kunne levere gode tjenester til kjedens forsikringspartnere. Fokuset har derfor vært å forbedre rutinene og sørge for bra måltall. God kvalitet på In4Mo er det viktigste virkemiddelet vi har for å få vekst for medlemmene i antall tildelte forsikringsjobber. Medlemmene har vist stor vilje til forbedring, noe som også målingene viser, men det er fortsatt et stykke igjen i forhold til det som er forventet fra forsikringsselskapene. Derfor må vi følge opp medlemmene i større grad enn hva vi har gjort tidligere. Fra 1. januar 2020 sitter Tone Norsted på oppfølging mot medlemsmassen for å sikre at det som leveres av tjenester via In4Mo portalen er av forventet kvalitet. På bakgrunn av dette vil oppfølgingen av forsikringssaker kreve mer tid og hennes arbeidsprosent er derfor økt fra 25% i 2019 til 80% i 2020.

Det siste året har kjeden jobbet aktivt med å fornye og strømlinjeforme de eksisterende avtalene, og samtidig fått inn nye forsikringsselskaper i porteføljen. Det er dessverre ikke så mye jobb som er generert via de nye selskapene Knif og Tide som ønsket, så disse må det jobbes med videre, men vi har fått fornyet kontrakt med Gjensidige, If Forsikring, Tryg Forsikring og Fremtind Forsikring/DNB. Det at Glassfagkjeden er en landsdekkende glassmesterkjede er viktig for forsikringsselskapene og det er derfor nødvendig at alle medlemmen leverer som forventet. De eneste reelle utfordrerne på dette markedet er de store saneringsselskapene. De har kommet på banen i større grad i løpet av 2019 og det er derfor viktig at kjeden og dens medlemmer har fokus også på disse.

Fokuset vil også å være synlig for saneringsselskapene, slik at det alltid er kjedens medlemmer som blir rekvirert til glassmesterjobber dersom saneringsjobben også inkluderer glassmestertjenester.

Kjedekontoret vil jobbe med nye avtaler spesielt mot sanering som vi ser tar mer og mer av markedet samtidig som de sammen med salg ønsker ytterligere fokus på å fylle regioner hvor vi mangler medlemmer.

Pilkingtons volum til medlemmene har hatt en økning på 5% hittil (finansåret) i år sammenlignet med fjoråret, men er pr. dags dato 6% bak budsjettet (finansår) En av grunnen til økingen i volum er at vi har fått inn 3 nye medlemmer i kjeden samt at Ole Martin Røsten og Anita Bryn har delt kundeansvaret og oppfølging mot kjedens medlemmer. En faktor kan også være at ordrekontoret på Elverum er oppgradert med flere personer som registrerer og tar hånd om innkomne bestillinger.

Lojalitet i medlemsmassen har fortsatt et stort fokus står på agenda på alle salgsmøter fremover, dels fordi en vesentlig del av Glassfagkjedens midler kommer fra kickback fra Pilkingtons omsetning samt at det i **forhandleravtale fra januar 2019; forplikter medlemmer å være lojale mot Pilkington Norge as ved kjøp av glass, samt forplikte seg til å kjøpe fra rettighetshaver 100% ved tildeling av jobber via Glassfagkjedens avtaler.**

Jo bedre lojalitet og omsetning, desto flere midler har kjeden til rådighet for å gjennomføre ønskede aktiviteter.

Aktiviteter som gir medlemsbedriftene styrket kompetanse og markedsføring skal fortsatt ha stort fokus og det er avsatt en egen post i Techweb sitt budsjett med hensyn til markedsaktiviteter for medlemsbedriftene.

Samhold og samarbeid mellom medlemsbedriftene er en viktig kjerneverdi for kjeden som vi ønsker å styrke framover, derfor er det viktig å delta på fellesaktivitetene som iverksettes.

Jeg vil benytte anledningen til å takke for et bra år for kjeden, og håper at resultatene vi i felleskap har skapt og den posisjonen vi har, inspirerer til fortsatt god innsats.

Oslo, 14. januar 2020

Med vennlig hilsen

Anne-Charlotte Braastad

Leder for Glassfagkjeden

Medlemmer

Ved utgangen av året har vi 37 aktive medlemmer.

Følgende nye medlemmer har tilkommet: SystemTre, Elverum, Weseth Glass, Kongsberg og Grøtan Glass, Verdal

Markedsrådet

Det har vært avholdt 2 markedsrådsmøter i 2019 + 2 telefonmøter. Møtene har i hovedsak dreid seg om sentralavtaler, markedsføring, In4Mo, lojalitet, statistikk og planlegging av regions møter og årsmøte. Kjedekontoret ser stor nytte av å gjennomføre markedsrådsmøter da dette er et viktig forum for å ta opp aktuelle saker som er kommet inn fra kjedens medlemmer i perioden mellom møtene.

Roger Thorvaldsen stod på valg for region Midt-Norge og Leif Egil Grøtan ble valgt inn for 2 nye år, tilrer etter Årsmøte 2020. Valget ble gjennomført på høstens regionsmøte i Trondheim

Markedsrådet 2020 består av følgende: Leif Egil Grøtan, Christian Mohn Nøking, Kai Dysthe og Håvard Henriksen, og Anne-Charlotte Braastad

Regionale Medlemsmøter: Vi har holdt medlemsmøter i regionene Nord, Midt og Øst i september, oktober og november 2019.

Kjedeavtaler

I 2019 fikk vi fornyet kjedeavtalen med Gjensidige Forsikring, If Forsikring og Tryg – disse avtalene gjelder for 2 år. Vi har også fått aksept for de nye prisene hos Fremtind og DNB, men kontrakt må avventes til fusjonen Spartebank1 og DNB er gjennomført, fusjonsprosessene er fortsatt i ikke ferdig.

Techweb styrer kjedens markedsføring og i løpet av 2019 har kjeden økt sin synlighet ytterligere ved å produsere ukentlige blogginnlegg, republisere tidligere innlegg for tette hull på søk, samt sponse innlegg på Facebook som vi ser går bra. Det er laget en presentasjonsvideo av kjeden, publisert et nytt medlemsnett og alle medlemssider ligger nå også som undersider på Glassfagkjedens hovedside.

Avtalen med Securitas ble sagt opp og erstattet av en digital talemelding fra Telenor, samt en Chatbot som videreformidler kundens spørsmål videre til glassmester i sitt område.

Kjedekontoret

Pr. 1.1.2020 består Kjedekontoet av Anne-Charlotte Braastad, leder for Glassfagkjeden samt Tone Norsted oppfølgingsansvarlig In4Mo/forsikring.

Økonomi

Foreløpig resultat 2019/20 ligger innenfor den rammen på NOK 2 273 302

Budsjett 2019/2020

3,2% provisjon på salg		kr	978 302
Medlemskontingent		kr	1 295 000
Inntekt		kr	2 273 302
Utgifter			
Markedsaktiviteter	kr	220 000	
Fagdager	kr	20 000	
Lønnskostnader	kr	875 500	
Andre personal kostnader	kr	200 000	
Regionsmøter og Årsmøte	kr	80 000	
Markedsrådsmøter	kr	60 000	
Techweb Byråavtale	kr	650 000	
HubSpot Lisens	kr	86 000	
Contractor Lisens	kr	68 400	
Web server/domeneshop	kr	8 500	
Total sum	kr	2 268 400	
		kr	4 902

Kommentarer til budsjettet. Fordelingsnøkkel for 2019 var som følger

Fordelingsnøkkel		
* Tone 25%	2 timer pr. dag, totalt 10 timer i uken	
* Asbjørn 10%	2 dager pr. mnd (7,5 timer pr. dag)	
* Annech 90%		

Budsjett 2019/2020

3,2 % kickback on sales		kr	1 025 500
Memberfee (37 x NOK 35 000)		kr	1 295 000
In4Mo Insurance fee per case per member		kr	300 000
Income		kr	2 620 500
Expencec			
Marketing activities	kr	155 000	
Seminars	kr	20 000	
Salary	kr	1 270 000	
Other personal costs	kr	100 000	
Regional Meetings	kr	80 000	
Marketing Meetings	kr	60 000	
Techweb Agency agreement	kr	660 000	
HubSpot Lisens	kr	98 000	
Webpages	kr	37 000	
Contractor Lisens	kr	76 000	
Telenor	kr	5 500	
Web server/domeneshop	kr	9 000	
Total	kr	2 570 500	
		kr	50 000

Kommentarer til budsjett

Fordelingsnøkkel Lønnskost: Annech 90%
Tone 80% oppfølging av forsikringssaker

Techweb byråavtale er økt til 660 000 for å kunne «støtte» medlemmene i større grad enn hva de har gjort tidligere. Økningen på 60 000 er tatt fra markedsbudsjettet og «merket» markedsaktiviteter

Andre personalkostnader er redusert til 100 000 da den kun inneholder reisekost for leder og In4Mo ansvarlig.

Pga. økte kostnader rundt In4mo, Contractor og oppfølging, har Glassfagkjeden budsjettet med en inntekt på antall tildelte forsikringssaker til medlemmene.