

ÅRSMELDING 2020



Årsmelding 2020

Året 2020 har for mange vært et rart år og vil gå inn i historebøkene «Da Norge gikk i lockdown»

Da Covid 19 – spredde seg som ild i tørt gress i hele Europa i midten av Mars, endret hverdagen seg drastisk for mange av oss. Det to første ukene Norge stengte ned stod nærmest talt hele landet stille, usikre på hvordan dette ville ende. Helsen til familie, venner og bekjente ble for mange hovedfokus og for deg som glassmester også viktig. Etterhvert viste det seg at nedstegningen også ga nye muligheter. Det ble tilrettelagt for hjemmekontor og mindre reising, som igjen resulterte i mer fritid og og bedre økonomi for mange. Dette resulterte i en oppussingsboom i markedet vi ikke har sett på mange år. Mange av kjedens glassmestere har hatt en god vekst på levering av glassmestertjenester til privatmarkedet, noe som fabrikken på Elverum også har merket; produksjonsnivå har nesten i hele høst ligget godt over ordinær kapasitet. Med ¾ ferdig av finansåret 20/ 21 ligger Pilkington Norge 15% bedre enn fjoråret og 13% bedre enn budsjett.

Glassfagkjedens avtaler med de største forsikringsselskapene er en viktig inntektskilde for medlemmene og mange tususet nok over hvor mange jobber de faktisk hadde fått tildelt fra 1. april til 30. september 2020, da faktura kom. God kvalitet på In4Mo er det viktigste virkemiddelet vi har for å få vekst for medlemmene i antall tildelte forsikringsjobber. Fokuset har derfor vært å forbedre rutinen og sørge for bra måltall gjennom hele 2020. Medlemmene har vist stor vilje til forbedring, noe som også målingene viser, mye takket være god oppfølging, tilbakemeldinger og kontroll fra Tone Norsted. Til tross for at Gjensidige valgte å overlate valg av glassmester til kunde i juni 2020, har vi allikevel hatt en bra økning i tildelte oppdrag i forhold til 2019 – totalt sett har kjeden hatt en økning på 513 jobber hvor Fremtind, Tryg og DNB står for den største økningen. Totalt leverte Glassfagkjeden til sammen rundt 2500 forsikringsjobber i 2020.

I løpet av 2020 har vi standardisert og strømlinjeformet mange av rutinen knyttet til In4Mo og ved å få på plass et nytt og utvidet format av prislisten vil det bli lettere å regne ut rett pris på oppbygging av glass samt også lettere for selskapene å kontrollere at det er benyttet rett prisliste. Alle prislister er nå i skrivende stund til godkjenning hos alle selskap og fortløpende vil de bli lagt ut på medlemsnett sammen med standardiserte og oppdaterte huskelister.

Lojalitet i medlemsmassen har fortsatt et stort fokus og står på agenda på alle salgsmøter. Dels fordi en vesentlig del av Glassfagkjedens midler kommer fra kickback fra Pilkingtons omsetning. Vil igjen poengtere: **Medlemmene forplikter seg til 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. Dette står nedfestet i signert forhandleravtale fra januar 2019.** Jo bedre lojalitet og omsetning, desto flere midler har kjeden til rådighet for å gjennomføre ønskede aktiviteter.

Med ¾ ferdig av finans året 20/ 21 ligger Glassfagkjeden på 11% bedre enn fjoråret og 3% bedre enn budsjett. FY 20 salg var totalt opp med 17%.

Totalt økte trafikken til Glassfagkjedens sider med 92,8% i 2020 og den organiske trafikken med 136%. Glassfagkjeden har også en stabil vekst i nye leads, med 71,5%, dvs. kunder som har fylt ut kontaktskjema eller lastet ned E-bøker. Beste blogginnlegg 2020 er: Innglassing av veranda, dette bør du vite. Konklusjon: Vi gjør det fantastisk bra på alle digitale flater med god synlighet og mye engasjement av nye og faste følgere. 165 717 økter har resultert i 1837 leads.

Aktiviteter som gir medlemsbedriftene styrket kompetanse og markedsføring skal fortsatt ha stort fokus. Men det er også viktig at medlemmene tar et eget ansvar her, som f. Eks. være aktiv på sosiale medier, samt god synlighet digitalt iform av oppdaterte hjemmesider.

Samhold og samarbeid mellom medlemsbedriftene er en viktig kjerneverdi for kjeden, derfor er det viktig å delta på fellesaktivitetene som iverksettes - også digitale møter.

Jeg vil benytte anledningen til å takke for et bra år for kjeden til tross for et år fylt med mye kontraster, nye situasjoner og mye uforutsigbarhet og håper at resultatene vi i felleskap har skapt og den posisjonen vi har, inspirerer til fortsatt god innsats framover.

Oslo, 15. januar 2021
Med vennlig hilsen



Anne-Charlotte Braastad
Leder for Glassfagkjeden

Medlemmer

Ved utgangen av året har vi 37 aktive medlemmer.

Følgende nye medlemmer har tilkommet: Follo Lås og Glass-service as

Markedsrådet

Det har vært avholdt 4 markedsrådsmøter over TEAMS i 2020. 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. Viktig at medlemmene melder inn til sine respektive representanter hvis de har noe på hjertet.

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

Regionale Medlemsmøter: Vi har holdt medlemsmøter i regionene Nord, Midt og Øst i september, oktober og november 2019. Disse ble gjennomført via TEAMS.

Kai Dysthe – region Øst og Håvard Henriksen – Region Nord, stod begge på valg høsten 2020, men i og med at det ikke ble avholdt regionsmøter på vanlig måte, sitter begge et år til. Det vil bli foretatt nytt valg på regionsmøtene høsten 2021.

Kjedeavtaler

Alle forsikringsselskapene har valgt å opprettholde sitt samarbeide med Glassfagkjeden for lev. av glassmestertjenester til forsikringsmarkedet.

Ny avtale med Menykjeden ble signert høsten 2020 med en varighet på 2 år.

Det er også signert avtale med Dormakaba. I skrivende stund jobbes det med en sentral avtale med Norsk Gjenvinning. Techweb styrer kjedens markedsføring og i løpet av 2020 har kjeden økt sin synlighet ytterligere ved å produsere ukentlige blogginnlegg, republisere tidligere innlegg for tette hull på søk, samt sponse opp innlegg på Facebook og Instagram. Vi har også hatt et samarbeide med Eventyrlig Oppussing på TV3 hvor det ble levert en flott glassrekkverk til Harøya i samarbeid med Riis Glass og Metall, Trondheim.

Avtalen med Huseiernes Landsforbund er sagt oppfra 31.12.2020

Kjedekontoret

Pr. 1.1.2021 består Kjedefontoet av Anne-Charlotte Braastad, leder for Glassfagkjeden samt Tone Norsted oppfølgingsansvarlig In4Mo/forsikring.

Økonomi - Budsjett 2020/2021

Budget Glassfagkjeden in NOK for 2020/2021			
01.04.2020-31.03.2021			
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	314 000
Income		kr	2 634 500
Expences			
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	

Kommentarer til budsjettet 2020/2021

Totalt pr. 15.01.2020 er det benyttet NOK 2 444 993 hvor de største postene er Byråkostnader, Markedsaktiviteter, In4Mo lisenser og hjemmesider. Vi fikk også inn ekstra midler i budsjettet da det ble fakt. for NOK 314 000 i tildelte forsikringsbidrag de 6 første mnd. Her var det budsjettet med kr. 300 000 for 12 mnd. Vi vil imidlertid motta en faktura fra In4Mo på lisenser for 2021 (1 lisens pr. medlemsbedrift) for de 3 første månedene (januar-februar-mars) slik at vi i framtiden kan følge Pilkington sitt regnskapsår (1. April – 31. Mars)

Budsjett 2021/2022

Budget Glassfagkjeden in NOK for 2021/2022		
Income		
3,2 % kickback on sales	kr	1 168 146
Memberfee (37 x NOK 35 000)	kr	1 295 000
In4Mo Insurance fee per case per member	kr	400 000
Income	kr	2 863 146
Expences		
Marketing activities	kr	250 000
Seminars (Bygg Reis Deg)	kr	150 000
Salary	kr	1 255 177
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	100 000
Webpages	kr	40 000
Extra contacts	kr	6 000
Contractor Lisens	kr	72 000
Startbank	kr	6 000
Telenor	kr	6 000
Web server/domeneshop	kr	10 000
Total	kr	2 795 177

Kommentarer til budsjettet 2021/2022

Glassfagkjeden sin inntekt er basert på medlemskontingent og kickback på 3,2%. Vi har også lagt til en inntekt på antall fakturerte forsikringsaker. Total income kan nedjusteres dersom vi ser at estimert omsetning for kommende regnskapsår ikke innfris.

Da vi på fjorårets budsjett så at det ikke var avsatt nok midler til markedsføring, er denne posten økt ved årets budsjett. Vi har også lagt inn en økning på seminarer hvor vår deltagelse på Bygg Reis Deg vil være den største kostnaden. Lønnen er omtrent på samme nivå som tidligere, justert noe, men fordelingsnøkkelen er fortsatt Anne-Charlotte på 90% og Tone på 80%. Markedsrådsmøter og regionsmøter ligger som ifjor, det samme med Techweb byråkost. De øvrige postene ligger på omtrent samme nivå som fjoråret, men vi har fått inn Startbank i budsjettet som egen post.

ACB/15. Januar 2021