

Hur tjänar du ihop till brödfödan?

Varje gång någon jag just träffat frågar vad jag arbetar med, kan jag genast koppla in autopiloten. Samtalet utvecklar sig nämligen oftast precis på samma sätt. Först utropar vederbörande: "Värmeelement?" följt av "Jag har ingen aning om vilket slags element jag har i mitt hus." Och sedan, efter att ha funderat på saken ett ögonblick: "Betyder det att det är skillnad mellan olika slags värmelement?" Det är min stickreplik; det är då jag förklarar att det finns kompakta radiatorer, sektionsradiatorer, vertikala element, konvektorelement och så vidare. Vid det laget tappar vissa av mina samtalspartner intresset för ämnet. Det är ok för mig: när jag är ledig pratar jag ändå helst om annat än jobbet – trädgårdsskötsel till exempel, eller barnen, eller min senaste semester.

Men ibland stöter jag på någon som är genuint intresserad – det är oftast folk som just har byggt eller renoverat sitt hus. De börjar verkligen fundera över saken och vill få mer detaljerad information. Det är också ok för mig – jag älskar ju mitt yrke. Vad jag i princip väntar på är den punkt när den jag pratar med vägrar att acceptera sitt öde. "Det var det ingen som berättade. Dessutom skulle jag gärna ha lagt på lite pengar för en snyggare design." Då tänker jag; "Så synd för installatören och så synd för oss." Högt säger jag att installatörens högsta prioritet är ett funktionellt och energieffektivt värmelement och att han skulle betrakta design som en sekundär fråga – och alldeles ny dessutom. Det fanns ju trots allt bara ett slags element förr i världen. "Men då kanske ni skulle göra något åt det – ni, som tillverkare." Jag svarar att vi faktiskt gör det – han behöver bara öppna ett heminredningsmagasin, där det regelbundet finns artiklar om element deras design, färger och ytor. Och det är tack vare vårt outtröttliga pr-arbete, säger jag. Min samtalspartner nickar och börjar undra varför han inte skaffade sig information om värmelement innan han började bygga. Han hade ju gett

Martin Hennemuth
Marketing Manager Purmo Tyksland

sanitetsfirman noggranna instruktioner om utförandet på tvättställ och anslutningar. Han funderar på det här en stund och så blir han tyst. För min egen del har jag för länge sedan glömt var jag är och att jag egentligen skulle föredra att prata om något annat på en privat fest.

Istället börjar jag grunna över hur vår nästa marknadsföringskampanj om olikheter mellan olika slags radiatorer ska se ut. Ibland flyter jag ut i en liten dagdröm och försöker tänka mig hur en framtida konversation skulle gå till när någon frågar vad jag jobbar med. Istället för ett tvivlande "Värmeelement?" skulle mannen fråga med ett strålande leende: "Åh, det var ditt företag som tillverkade de där smäckra sakerna jag köpte till vinden häromdagen?" När vi väl har klarat av det, så kan vi tryggt gå över till ett annat ämne – trädgården, barnen eller semesterplanerna. Eller vi skulle kunna skippa snacket helt och hållet och gå direkt på buffén... ■



EasyFair: det lätta sättet att ställa ut

• Pehr Lindh, LVI Sverige, försäljningschef



EasyFair är den ledande arrangören av tids- och kostnadseffektiva mässor i Europa. Målet är att göra det lättare för människor att träffas och göra affärer i en professionell miljö.

Och det är verkligen lätt. Alla utställare har rätt till en färdigbyggd standardmonter enligt easyFairs' koncept. LVI Finland och Sverige deltog med framgång i de två senaste mässorna på elområdet SÄHKÖ och ELMÄSSA.

"SÄHKÖ" är en viktig plats för möten och nätverkande i elindustrin," säger Joni Grönqvist, Sales Manager på LVI Finland. Evenemanget består av två intensiva försäljningsdagar där man bland annat träffar viktiga inköpare och beslutsfattare från branschen. SÄHKÖ 2011 i Helsingfors samlade totalt 6761 besökare under de två dagarna.

"De flesta besökarna är angelägna om att få lära känna nya innovationer och nya produkter," säger Pehr Lindh, Sales manager på LVI Sweden. "Det är inte någon stor mässa, men man kommer nära kunden i de här små montrarna och besökarna visar ett mycket stort intresse," säger Per Lindh. Och som mäsrapporten visar: 92 % av besökarna säger att de planerar att köpa en eller flera produkter som visades upp på mässan inom den närmaste framtiden.

"LVI ser fram emot ett spännande och utmanande år 2012." ■

Vi ses på easyFair!

LANGILA OCH SANBE

Den nya standarden för designade elradiatorer

Kvalitet är utan tvekan nyckeln till LVI:s framgång. Med 90 års erfarenhet inom intelligenta uppvärmningslösningar vet vi exakt vad våra kunder förväntar sig: radiatorer som inte bara erbjuder stil och komfort utan också är mycket energieffektiva. Och naturligtvis är de vackra också!

Vi strävar efter att vara ledande inom innovation, kvalitet, design och energieffektivitet i uppvärmningssektorn. Så vi har skapat två nya modeller: Langila och Sanbe. Två vackra designradiatorer, där behovet av värme möter design för livet. Vi har designat elementen inte bara för att de ska få en särskild plats i ditt hem utan också i våra kunders hjärtan.

Med rena, raka linjer delar Langila upp rummet med sina kubistiska ytor, medan Sanbes rundade form ger en elegant designlösning i nästan alla interiörer. Liksom alla våra radiatorer uppfyller Langila och Sanbe de strängaste normer och standarder. De ger dig inte bara



► Radiatorkonstruktörer Langila och Sanbe

behaglig, konvektiv strålningsvärme, de har också 10 års garanti som ger dig all den trygghet och komfort du kan önska dig. Langila eller Sanbe. Valet är ditt. Dessa sofistikerade och utomordentligt stilfulla designade radiatorer förskönar alla interiörer. ■