

Några ord från VD:n

Så blir EdmoLift ännu vassare

Femtio gäster från arton olika länder. EdmoLifts konvent här i Härnösand blev en av årets stora höjdpunkter för mig och mina medarbetare. Dels fick vi möjlighet att visa upp, och samla in synpunkter på, flera av våra nya produkter, både prototyper och säljfärdiga nyheter (läs mer om dem nedan).

Framför allt fick vi äntligen möjlighet att, under några dagar, umgås med alla de människor vi nästan dagligen har kontakt med, men alltför sällan träffar i verkligheten. Mellan aktiviteterna – lerduveskytte, ridning, föreläsningar och nattliga bussresor under midnattssolen – utbyttes mängder av erfarenheter som jag är övertygad om att vi alla har nytta av i vårt fortsatta arbete. Lika glad som jag är över all den positiva feedback EdmoLift mottog, lika bestämd är jag att vi snarast ska komma till rätta med den bristande leveranssäkerhet flera återförsäljare poängterade.

Det kanske inte är särskilt somrigt, men mitt budskap inför sommarledigheterna är

ändå att EdmoLifts viktigaste fokus nu ligger på ett tydligt niopunktigt åtgärdsprogram med syfte att säkra pålitliga leveranser. Bland punkterna ingår bland annat ett nytt system för märkning av gods, korrigerande av nivåerna i säkerhetslagret, en övergång från tillverkningsorder i pappersformat till elektronisk körplan och streckkodsrapportering.

Med löfte om ett ännu vassare EdmoLift vill jag tacka alla de kollegor som förgyllde vårt konvent i juni. Jag önskar er, och alla andra, en riktigt skön sommar!

Bada lugnt!



Anders Wahlqvist



Erbjudande – anmäl er nu

EdmoLifts demonstrationsvagn gör en rutt i Europa i höst. Alla våra återförsäljare har möjlighet att låna den under en period.

– Vi lägger upp det som en stafett, säger Christel Jonsson på EdmoLift i Härnösand. Vi kör ner vagnen till den första intressenten i norra Europa, därefter lägger vi upp en logisk rutt beroende på hur många som hör av sig. Återförsäljare som vill låna vagnen får åka och hämta den på närmaste plats.

EdmoLifts demonstrationsvagn är utrustad med TCL 1000, WP 85, EZ 1000B, ART 1500 GW och CZ 303 och den har utförliga instruktioner om hur man enkelt slår upp den och kommer igång.

– Det här ger våra återförsäljare möjlighet att smidigt anordna en ambulerande minimässa där de kan visa bredden i sortimentet.

Vill du boka, eller veta mer om, demonstrationsvagnen?

Mejla christel.jonsson@edmolift.se



NYHET

Höga betyg till nya produkter

Under EdmoLifts konvent fick deltagarna en förhandstitt på flera av företagets nya och uppdaterade produkter. Störst uppmärksamhet och uppskattning rön framför allt tre innovationer; Pallet Leveller 2000, prototypen på en ny tilt och den nya användarvänliga kontrollenheten UC-60. Den sistnämnda fick för övrigt 4.39 i snittbetyg (på skalan 1-5) när deltagarna ombads bedöma bland annat funktionalitet, kvalitet, design och tänkbara användningsområden.

Kontrollenhet UC-60

– Vi har rensat upp i artikelfloran och UC-60 ersätter ensam upp till sextio olika typer av kontroller, säger vVD Per Edmo.

UC-60 är en ny typ av styrenhet som kommer att dominera marknaden med överlägsen användarvänlighet och flexibilitet.

UC-60 finns tillgänglig från och med årsskiftet och intresset är redan mycket stort.



PG Tilt (prototyp)

Konvent-deltagarna ombads komma med förslag på namn till den prototyp som idag kallas PG (efter Procter & Gamble som efterfrågade produkten). PG har en snillrik tilt- och lyftfunktion som tillåter användaren att lasta ur en fullmatad pall men, tack vare en uppmatningsfunktion, alltid inom ramen för det ergonomiska fönstret.

Pallet Leveller 2000

Redan under konventets första dag beställdes tre stycken PL 2000. Jim Galante från amerikanska Southworth demonstrerade hur snurrbordet ovanpå PL 2000 alltid befinner sig i rätt ergonomisk höjd tack vare automatisk justering.



VILL DU HA KOLL PÅ DET SENASTE INOM LYFTBRANSCHEN?

Anmäl dig eller din kollega till vårt nyhetsbrev.

Gå in på www.edmolift.se

www.edmolift.se

Sälja Armlyftar – en succéhistoria

Somliga återförsäljare har haft svårt att sälja Armlyftar, medan andra säljer dem på löpande band. Två av de mer lyckosamma försäljarna, José Antonio Ramos från spanska Schmalz och Ronny Månsson från EdmoLift GmbH i Tyskland, försökte under konventet förklara sina framgångsfaktorer.

– Armlyften är inte en produkt som säljer sig själv, men den är värd att satsa på, sa Ronny Månsson.

José Antonio Ramos instämde.

Ett av hans starkaste försäljningsargument, bortsett från de ergonomiska fördelarna, är företagets högre effektivitet.

– Några av våra kunder har ökat sin produktivitet med upp till fyrtio procent, alltså de lastar och lastar av fyrtio procent fler enheter med hjälp av Armlyften.

José Antonio Ramos berättade också om en lyckad försäljning till ett spanskt företag som tillverkar bilaxlar. Innan

Schmalz träffade företaget fick de veta att de anställda i hög grad led av ryggproblem, då de var tvungna att hela tiden lyfta och böja sig med åtta kilo tunga delar.

– Kunden såg Armlyftens fördel och beslutade köpa en enhet på prov. Ganska fort såg de de ergonomiska och produktivitetmässiga fördelarna och köpte några fler enheter. Till slut var det personalen som krävde Armlyftar i hela verksamheten.

De sista två åren har Schmalz sålt tjugo Armlyftar till det aktuella företaget.

– Och vi räknar med fler beställningar inom kort.

Ronny Månsson betonade hur viktigt det är att använda exempel som dessa i pr-arbete gentemot media.

– Ergonomi är något många vill rapportera om och vi måste presentera framgångsrika lösningar, gärna i form av nyheter och innovation.



SEMESTERTIDER

EdmoLift stänger produktionen för service och driftunderhåll mellan veckorna 28-30. Däremot är försäljning, administration, reservdelar och utleverans av lagerbord bemannade hela sommaren.

5 svar

Viktigaste faktorn för framgångsrik försäljning?

Darren Papani, EdmoLift UK, England



– Att lansera produkterna bra på Internet, via sökmotorer som Google och Yahoo. Nästan åttio procent av våra förfrågningar kommer via Internet. Dessutom har vi slutat sälja lyftbord – vi säljer lösningar.

Franco Delleani, SCP, Italien

– Vi har en egen katalog som skickas ut till existerande och potentiella kunder, i 70 000-80 000 exemplar. Det är vår viktigaste försäljningskanal.



Marc ten Berge, Lift Quality, Holland



– Lyssna! När kunden upplever att du förstår hans behov, och är beredd att skapa en speciell lösning utifrån den, så kommer han att gå från intresserad till köpvillig.

Marcela Povolná och Jan Zahrada, RPJ International, Tjeckien

– Möjligheten att justera borden efter kundens behov. Våra konkurrenter har inte den möjligheten, vilket alltid väger över till vår fördel.



Peter Emil Jakobsen, P.E. Jakobsen, Danmark



– Kunskap. Du måste sälja rätt bord till rätt uppgift.