

Her er livserfaring et **plus** i salget

Sofie Cero,
47 år. Uddannet
operasanger i
New York

Jørn Skovbo,
61 år. Tidligere
salgschef
og direktør
i finansfirma

Kim Høj Larsen,
57 år. Firmaets
indehaver

Finn Keller,
62 år. Tidligere
direktør i
finanssektoren

Eva Trein Nielsen,
61 år. Uddannet
cand.mag

Hos telemarketingsvirksomheden KL Marketing i Kastrup søger man udelukkende medarbejdere over 50 år, og det giver bonus, at kontakten til kunderne foretages af modne mennesker

Tekst: Bo Østlund
Foto: Henrik Frydkjær

Det giver god mening, at man fra KL Marketings domicil med lidt god vilje kan se kontrollårnet i Københavns Lufthavn.

For det er virkelig medarbejdere med luft under livets vinger, som arbejder i telemarketingsvirksomheden, som i en tidsepoke

med dansen om ungdommens kilde går mod strømmen og har valgt at satse på det såkaldte grå guld.

Således søger man udelukkende medarbejdere i segmentet 50+, og dermed er KL Marketing en af de få danske virksomheder, der aktivt har valgt at lægge arm med demografiens udvikling. Gennemsnitsalderen hos

de ansatte 55,4 år - og den ældste er 62 år.

Det er imidlertid ikke for at redde verden, at den 57-årige direktør Kim Høj Larsen har valgt at ansætte modne medarbejdere. Han gør det, fordi virksomheden med den usædvanligt høje gennemsnitsalder dermed har et bedre produkt at tilbyde kunderne.

Tre råd om salg

1 Vær troværdig og lever varen. Det er meget dyrere at sælge til nye kunder end til en allerede etableret kunde.

2 Hav fokus på kvalitet. Lever det nødvendige ekstra og sørg for hele tiden at være foran i forretningsmodellerne. Hav en ambition om at være bedre end konkurrenterne.

3 Vær vedholdende. Bevar trykket på kunden, men gør det afstemt efter kundens ønsker og behov, så denne ikke føler, du går over strengen.

Gulerødder, nej tak

- Vores produkt bliver meget bedre, når det udføres af folk over 50 år, som har meget mere livserfaring og generel viden at byde ind med, fortæller Kim Høj Larsen og skyn-der sig at pointere, at alle er fastansatte og funktionærlønnede.

Hos KL Marketing hænger der således ingen provisions-gulerødder og dingler for næsen af de ansatte, og en håndfuld af de ansatte har i øvrigt fået deres efterlønsbevis. De gider bare ikke bruge det. Og det er direktøren glad for:

- Når vi ringer til voksne beslutningstagere på højt niveau på vores egen alder hjælper det, at personen kan høre, at det er et modent menneske, som sidder i den anden ende af telefonen. Et modent menneske, som taler med det rigtige sprog. Og vores kunder vælger os, fordi de netop godt kan lide at være i kontakt med voksne mennesker.

- Vi forsøger at tage hele det hyldevare-agtige lavprisprodukt, som telemarketing ofte betragtes som, og hælde lige så meget kvalitet i, som en professionel virksomhed ville

 **Jeg ser absolut intet problem i, at dåbsattesten afslører, at jeg er en årgang 1953**

gøre ved sin salgsstab. De ansatte skal have den rigtige uddannelse, have erfaring, og alt skal være i orden. Nøjagtig som det er tilfældet med en udfarende salgsstyrke.

En jungle

Kim Høj Larsen erkender, at hans virksomhed er en del af en jungle.

- Søg på ordene 'callcenter' eller 'telemarketing' på Google, og du vil finde mellem 300 og 400 i Danmark. Nogle er gode, nogle er dårlige. Men fælles for de fleste bureauer er, at de helst vil ansætte unge mennesker.

Så kan man jo trykke dem lidt i løn og ende i "Kontanten" på DR, fordi man har behandlet sit personale skidt.

Et standard telemarketingbureau skifter folk ud hver tredje eller fjerde måned. Der er mange studerende, som gerne vil tjene en ekstra skilling, og man kan åbenbart altid komme til at arbejde med telemarketing. Derfor er der normalt heller ikke den store respekt for de ansatte i branchen. Hvis en ansat stopper, behøver man jo blot indrykke en lille annonce i en gratisavis, lyder det fra Kim Høj Larsen, som hellere vil have kvalitet end kvantitet.

- Er man ansat på provision, kan man godt føle sig presset til at booke dårlige møder for at glæde chefen.

- Jeg tror, at hvis du som 58-årig sidder og laver mødebooking, er det fordi, du kan lide jobbet. Langt de fleste af mine ansatte har snart været her i tre år, og mange er blevet fyret fra gode job, hvor de fik 100.000 kroner om måneden. Nu får de en tredjedel.

- Da vi ansatte de første i denne aldersgruppe, kom der straks en helt anden ro på arbejdet, og tingene blev afviklet stille og roligt. Der er den nødvendige grundighed og dybde i det, der foregår. Men det er stadig effektivt. Den effektivitet, vi har sammen med kunderne, handler ikke om, hvor mange, hver enkelt medarbejder kan ringe til på en time - men derimod, hvor mange gode samtaler han eller hun har haft, når timen er slut.

Kvalifikationer

Kim Høj Larsen ser absolut intet problem i, at hans dåbsattest afslører, at han selv er en årgang 1953:

- Hvis den person, som ansætter, er i midten af 30'erne, vil vedkommende oftest ansætte spejlbilleder af sig selv. Og en chef i slutningen af tyverne, som sidder med en phoner på 55 år, som ved dobbelt så meget som ham, er typisk bange for at miste sit job. Derfor har folk med en stor viden og et spændende cv svært ved at få arbejde. En tidligere salgsdirektør vil således aldrig kunne få arbejde som sælger eller seniorkonsu-

lent, fordi vedkommende betragtes som overkvalificeret. Man er bange for, at han eller hun vil kede sig eller gå efter chefens job. Men det er noget pladder.

- Der sidder folk her med spændende karriereforløb. De må da meget gerne være dygtigere end mig, og det er fuldkommen åndssvagt, at man skal tvinges ud af det danske arbejdsmarked, blot fordi man er fyldt 50. Derfor er jeg glad for, at vore kunder sætter pris på, at vi er voksne mennesker og vælger at gå mod trenden, slutter Kim Høj Larsen, som trods fine sorte tal på bundlinjen ikke har store planer om at gøre virksomheden meget større end i dag.

- Vi skal maksimalt være 15 medarbejdere. Vi kommer aldrig til at blive en stor ringefabrik. 

Baggrund

Kim Høj Larsens egen baggrund er en EA i engelsk og fransk. I perioden 1978-1990 arbejdede han i virksomheden DuPont, inden han i 1991 startede KL Marketing. Han har mere end 30 års erfaring med Direct Marketing, og har arbejdet med telemarketing siden 1987.

- Min far var smed med eget værksted. Han byggede dengang alle de kraner, der blev lavet i Danmark. De var helt op til 30 meter lange, og jeg kan huske, jeg løb rundt i en lille kedeldragt ude i Valby og bankede slagger. Min mor var typograf på et stort trykkeri, fortæller den administrerende direktør, som voksede op på Vesterbro.

De svage og ældre

Danmark skal gøre mere for de svage og ældre, mener 86,3 pct. af InBusiness' læsere - 11,1 pct. er uenige.

(Index Danmark/Gallup)

Det erfarne **GULD**

Hos KL Marketing er otte af de ni ansatte over 50 år - mød fire af dem her



Eva Trein Nielsen



Sofie Cero



Jørn Skovbo



Finn Keller

Eva Trein Nielsen

61 år. Uddannet cand.mag. Har arbejdet mange år i kulturlivet. Bl.a. har Eva i 25 år været leder af Det Franske Kulturinstituts bibliotek. Hun er med denne baggrund en yderst habil researcher, som er hurtig til at sætte sig ind i komplekse opgaver og videreformidle dem.

Jørn Skovbo

61 år. Blev afskediget, kort før han fyldte 60. Har de seneste 25 år været beskæftiget i den finansielle sektor som salgsschef og direktør i et finansfirma. De mange år på et stærkt konkurrencepræget marked har skærpet hans salgsgen.



Vores produkt bliver meget bedre, når det udføres af folk over 50 år

Sofie Cero

47 år. Uddannet operasanger fra The Juilliard School i New York. Hvis man kan tale om, at man kun har stemmen at arbejde med i telefonen, er hun det oplagte eksempel på, hvor langt man kan komme. Sofie underviser også i, hvordan man bruger sin stemme effektivt.

Finn Keller

62 år. Har en baggrund som direktør i 17 år - i 16 år som top-executive inden for finanssektoren i såvel Danmark som Schweiz. Rummer derfor en bred erfaringsbase, som kunderne trækker på til stor gavn for deres salgsarbejde.

PERSONEN

er mere vigtig end alderen

Langt de fleste i den modne alder er generelt glade for at møde på arbejde hver dag. Halvdelen vil gerne trappe ned i arbejdstid, før de stopper på arbejdsmarkedet, hvor imod en tredjedel vil gå direkte på pension eller efterløn.

Det er blandt konklusionerne i en undersøgelse om fleksibel tilbagetrækning fra arbejdsmarkedet, som Gallup har foretaget for Ældre Sagen. Målet var at finde de barrierer, der har indflydelse på, hvornår tilbagetrækning overvejes, samt former for tilbagetrækning.

Ældre Sagens budskaber var - og er - at arbejdsmarkedet skal være rummeligt, udviklende og have godt arbejdsmiljø samt fleksible arbejdsvilkår, også for seniorer. Personen skal være vigtigere end alderen, også i forbindelse med ansættelse af nye medarbejdere.

Fast pensionsalder i love, overenskomster og virksomhedsregler skal ophæves, så mennesker med lyst, helbred og den fornødne kompetence kan fortsætte deres arbejdsliv. Og modregning af erhvervsindkomst i folkepension skal reduceres, så man belønnes for en fortsat arbejdsindsats.

- Seniorpolitik skal afløses af en helhedsorienteret personalepolitik, der tilgodeser behovene i de forskellige livsfaser. Der skal være udstrakt mulighed for fleksid, deltid og delejobs m.v., og barrierer herfor skal fjernes i alle overenskomster og virksomhedsregler. Seniorer skal udvikles og udfordres til det sidste og skal derfor tilbydes målrettet efteruddannelsestilbud. Seniorer skal anerkendes og respekteres af chef og kollegaer, mener Ældre Sagen - som også anbefaler, at seniorer bruges som mentorer til gavn for både den enkelte og virksomheden.

Fast pensionsalder i love og overenskomster skal ophæves, mener Ældre Sagen

Blandt de øvrige hovedkonklusioner i undersøgelsen kan nævnes:

- 40 procent forventer at være mellem 60 og 63 år, når de trapper ned i tid, mens en lige så stor andel er uafklarede omkring det. Få forventer af være under 60 år.
- Ligeledes forventer ca. 40 pct. at være mellem 60 og 63 år, når de trækker sig tilbage fra arbejdsmarkedet. 30 pct. forventer at være mellem 64 og 67 år, mens hver tiende vil blive ved med at arbejde, indtil de ikke kan mere.
- Lidt flere end halvdelen af de adspurgte ville fortsætte længere med at arbejde i samme omfang som nu, hvis arbejdstiden kunne tilrettelægges fleksibelt.
- De to primære årsager til at ville trappe ned er mere tid til fritidsinteresser og til familien.