

Kan porto være spændende?

Af Anne Bendtsen Pedersen, Den Kreative Matrikel

Synes du at porto og abonnementsbranchen lyder kedelig? Det er i hvert fald ikke det indtryk Pia Schandorf Nielsen fra MailMak A/S efterlader mig med efter en medrivende samtale en eftermiddag på Den Kreative Matrikel i Ringsted.

Pia, kvinden med de mange titler (HR, Salgschef og ansvarlig for kundesupport og portooptimering) og jeg tumler kortvarigt med kaffemaskinen, som vi ikke kan få til at virke. Højst sandsynligt fordi vi begge er ret snakkesalige.

Med den ventede kop kaffe i hånden sætter Pia og jeg os ind på hendes kontor på Garnisonen i Ringsted. Her har hun haft kontor sammen med sin bror, Bo Kristensen, de seneste fem år.

Vidste du, at vi har Europas dyreste postvæsen?

Starter Pia med at spørge mig og fortsætter med at sige, at det jo ikke ligefrem er en titel, man skal være stolt af.

Med en fantastisk gejst fortæller Pia videre om alle de måder, man kan spare tid og penge, når man skal sende post. Det kan blandt andet være en stor fordel at samle alle sine aktiviteter (print, pakke, distribution) ét sted, og derudover er der fx også muligheden for at sende C-brev (som er langt billigere end A og B breve), hvis man sender over 3000 breve.

MailMak står fx for at samle flere mindre virksomheder, så de også kan få glæde af denne fordel.

Vi leverer en service

MailMak holder sig løbende opdateret, så de altid har den nyeste viden og kan give de bedste tilbud. De arbejder grundigt med data og kundesegmentering, for blandt andet altid at optimere distributionen. MailMak samarbejder også med trykkerier, printsteder og pakke-shops for at kunne tilbyde helhedsløsninger til sine kunder.

Pia understreger gang på gang at dét, der giver dem en markedsberettigelse, er den service, de yder. MailMak vejleder om de forskellige muligheder og bruger tid på at sætte sig ind i sine kunders behov, og de starter altid, der, hvor de hurtigst kan gøre en forskel, uden at det kan mærkes organisatorisk for kunden.

Hvad gør MailMak for sine kunder?

MailMak leverer mange forskellige løsninger til sine kunder, og tilpasser altid løsningerne efter kundens specifikke behov. For Ingeniøren, eksempelvis, styrer MailMak hele deres forsendelsessystem og fungerer ligeledes som callcenter for distributionen.



Pia Schandorf Nielsen (tv.) med sine kolleger; Rikke Will Thomsen og Kannan Subhash

For SOS Børnebyerne og Røde Kors segmenterer MailMak fx kunderne (nogen gange i mere end 50 segment typer) efter hvilke typer girokort, de skal have tilsendt; om de skal have posten sendt elektronisk eller pr. brev og får lavet et personligt frimærke og styrer sortering ved print og pakkesteder.

Tager man Haveselskabet, som er en "Fullfilmentskunde", varetager MailMak alt fra udsendelse af magasiner, callcenter, opsætning af girokort, styring af webshops, tjekker betalinger, laver statistikker og sender rapporter til kunden.

Vejen ind i porto- og abonnementsuniverset

Det lå måske ikke lige til højrebænet, at Pia skulle sidde med kundeaftaler, en masse viden om abonnementsystemer, segmentering af kunder og rentable portoløsninger, idet hun er uddannet Cand.mag. i HR. Men hun har taget alle de nye udfordringer til sig og bruger sine HR erfaringer til at forstå kunder og medarbejdere.

For 7 år siden spurgte Pias forældre, Mogens og Karin Kristensen, om hun ikke "lige kunne hjælpe til i deres virksomhed, bare 14 dage". De 14 dage blev hurtigt til en måned og fast job i familievirksomheden MailMak. På den måde begyndte Pias vej ind i porto- og abonnementsuniverset.

Er der en fremtid for postmarkedet?

I øjeblikket er der ca. 27 postselskaber i Europa, og ifølge MailMak anslås det, at der på sigt kun vil være omkring 5.

Mogens Kristensen (MailMaks direktør og stifter) er en af Danmarks repræsentanter i den Europæiske Postsammenslutning. Det gør naturligvis, at Mailmak altid har en finger på pulsen, og sammen med Mogens' fremsynethed og evner til at se alting i et større perspektiv, kan MailMak hele tiden tilpasse sig i takt med udviklingen.

Mogens slipper det daglige mere og mere i takt med, at Pia tager over. Mogens vil dog på sigt bruge sit otium på udvalg og bestyrelser. På den måde kan deres netværk fortsat plejes, selvom Pia da også erkender, at det også er noget, de andre i virksomheden skal blive bedre til.

Fakta

MailMak har eksisteret i 14 år med fokus på konsoliderings- og storkundeaftaler med postdistributørerne, men virksomhedens fokus har ændret sig i takt med udviklingen: I dag er MailMak en virksomhed, hvor service, abonnement og data fylder mere og mere. I dag er de 19 medarbejdere og tilbyder blandt andet et CRM- og abonnementsystem. Deres kernekompetencer er datahåndtering og kundetilpassede aftaler (www.mailmak.com).

En familievirksomhed

Bo og Pias forældre, Mogens og Karin Kristensen, startede MailMak for 14 år siden, og begge deres børn arbejder i dag i virksomheden. De bruger dog ikke alle hverdage sammen, idet hovedkontoret stadig ligger i den Nordjyske by Pandrup, og Bo og Pia arbejder fra Garnisonen på Den Kreative Matrikel i Ringsted.

Det at starte en afdeling i Ringsted har også været fornuftigt i forhold til at have kortere vej til kunder og samarbejdspartnere på Sjælland, fortæller Pia.

Det har, som alt andet, både fordele og ulemper at have en familievirksomhed. Fordelen er naturligvis, at vi kender hinanden rigtig godt, men det kan også i andre henseender være en ulempe.

Gode råd til dig der overvejer at starte en familievirksomhed

Pia: Det er tæt og trygt at være i en familieejet virksomhed, og den tæthed, tror jeg, når ud til de andre ansatte i virksomheden, men hvis jeg skal give 3 hurtige råd, ville jeg sige:

- Stil klare spilleregler op!
- Tænk på kommunikationen: Husk på, at man ofte kommer til at tale anderledes og mere direkte til hinanden, når man er i familie. Vi har fx også aftalt, at man ALDRIG må true med at sige op.
- Forsøg at give medarbejdere, der ikke er en del af familien, en mulighed for også at blive hørt og set.