

ComputerSweden

2014-03-06 14:57

"Hitta den som har problemet"

MITT JOBB Det är en sak att brinna för att göra sin produkt bättre, men för att sälja den måste man leta upp personer med problem och hjälpa dem att bli effektivare. Magnus Lindhe har lärt sig det den hårda vägen.



"Vi går inte in själva och jobbar med ledningen, men via styrelserna är vi med och drar i gång projekt till exempel för att stärka försäljningsorganisationen. Eller hur man hittar rätt folk att anställa", säger Magnus Lindhe. Foto: Christiaan Dirkse

Efter en lång karriär inom it-branschen har Magnus Lindhe nått fram till en punkt då det är dags att testa vad hans kunskaper om sälj, marknadsföring och att bygga strukturkapital är värda för nystartade företag.

Det sker inom ramen för riskkapitalfonden Zobito, som han startat tillsammans med ett antal tidigare toppchefer inom Qliktech. Han själv började på Qliktech 2001 och innan han slutade 2012 hann han vara Nordenchef och de tre sista åren chef för den globala serviceorganisationen. Hittills har han varit med om fyra investeringar, men det ska bli fler.

– Det är fantastiskt kul att träffa entreprenörer som brinner för sin teknik och som brinner för problemlösning, säger Magnus Lindhe.

Det han tillför när Zobito går in i ett företag är att bygga upp försäljning, marknadsföring, strukturer och processer. Då rör det sig om företag som kommit en bit på väg.

– Vi går inte in själva och jobbar med ledningen, men via styrelserna är vi med och drar i gång projekt till exempel för att stärka försäljningsorganisationen. Eller hur man hittar rätt folk att anställa.

I det arbetet har han stor nytta av erfarenheten från Qliktech, som var ett ganska litet företag med mellan 30 och 50 anställda när han kom in.

– Min roll var att ta hand om försäljningen.

Vid den här tiden hade Qliktech just inlett sin framgångssaga. Företaget var etablerat i USA, Tyskland och Norden, men beskrivningen av Qliktech var långt ifrån entydig.

– Vi hade inte bestämt att företaget sysslade med BI. En del som investerat i företaget trodde att de investerat i någon slags konkurrent till Google.

De som drev Qliktech märkte att det fanns en given målgrupp att fokusera på.

– De som investerat i affärssystem kom ändå inte åt informationen som lagrades i databaserna.

Det fanns gott om folk på ledningsnivå som inte fick fram information för att kunna bedöma hur verksamheten gick och de var frustrerade.

Qliktechs strategi var i första hand att rikta in sig på dem som investerat i affärssystemet Movex. Den som ville få ut en rapport från systemet var van vid att stå och skrapa med foten och be it-avdelningen om hjälp med att ta fram en rapport.

– Med hjälp av Qlikview kunde vi direkt ta fram den information som behövdes. Det blev en revolution för de här människorna, som vara vana vid att kanske vänta flera veckor på en rapport.

På det sättet fick Qliktech snabbt många nöjda kunder på ekonomiavdelningarna.

– De blev ambassadörer för oss, så vi satte i system att använda nöjda kunder för att sälja vår produkt.

När han började på Qliktech märkte han ganska snart att it-avdelningarna i de flesta fall var obenägna att prata med honom.

– Man kan säga att vi gick direkt på den som satt på problemet och först därefter till it-avdelningen.

Det är precis den erfarenheten han vill föra vidare till nystartade företag.

– Vi letar efter bolag som brinner för att vilja göra sin verksamhet bättre.

Han tar företaget Itslearning som exempel. De har utvecklat en digital läroplattform för skolan.

– Skolan är ett av de sista odigitaliserade områdena som finns kvar.

För att nå framgångar i skolan gäller det att få lärarna med sig.

– De sitter på problemet, samtidigt som de brinner för att lära eleverna nya saker. När lärarna märker att det finns redskap som hjälper dem att bli bättre pedagoger, inte att blir bättre administratörer, så är de med.

Återigen att rikta in sig på den som är direkt berörd.

– Det gäller att hitta dem som har problemet och hjälpa dem att bli effektivare, säger Magnus Lindhe.

BÖRJADE INOM MANAGEMENT

Namn: Magnus Lindhe.

Ålder: 48 år.

Gör: En av riskkapitalfonden Zobitos grundare.

Bor: Limhamn.

Utbildning: Civilekonom.

Karriär: Managementkonsult på Action Learning Partners. Marknadschef och senare vd på Mactive. Försäljnings-, Nordenchef och chef för Global Services på Qliktech.

Senast lästa bok: Japans historia av Ingemar Ottosson.