

ÅRSMELDING 2022



OPPSUMMERING AV 2022

2020-tallet har bare så vidt startet, likevel har det allerede skjedd flere store hendelser dette tiåret. En global pandemi ga oss utfordringer men også muligheter, mens krigen i Ukraina har fått store konsekvenser for både priser og råvaretilgang. Til tross for disse utfordringene ser bransjen vår ut til å ha kommet godt gjennom året.

Omsetning Glassfagkjeden

Med $\frac{3}{4}$ ferdig av finansåret 22/23 ligger Glassfagkjeden 17% over forventet budsjett. Dette skyldes i hovedsak prisjusteringene i 2022. Hvis vi ser på antall leverte m² totalt for Glassfagkjeden ligger vi på budsjett, ca. 36 000 m², ca. 80% av dette er glass levert fra Elverum.

For samme periode 21/22 lå Glassfagkjeden 12,5% under forventet budsjett.

Lojalitet i medlemsmassen har hatt stort fokus og stått på agenda på salgsmøter vi har gjennomført i høst og så langt i januar måned. Vil igjen poengtere at medlemmene forplikter seg til å være lojale mot Pilkington Norge AS ved kjøp av glass, samt forplikte seg til å kjøpe fra rettighetshaver 100% ved tildeling av jobber via Glassfagkjedens avtaler. Dette står nedfestet i signert forhandleravtale fra januar 2019.

Omsetnings Pilkington Norge

Pilkington Norge ligger an til omsetning på 138 Mil i Finansåret 23, Dette er 15 % over fjoråret og 7 % foran budsjett

Forsikring

Glassfagkjedens avtaler med de største forsikringsselskapene er en viktig inntektskilde for medlemmene og god kvalitet på In4Mo er fortsatt det viktigste virkemiddelet vi har for å få vekst i antall tildelte forsikringsjobber. Gjennom året har fokuset vært å forbedre rutinene og sørge for bra måltall gjennom hele 2022. Medlemmene har vist godt engasjement, noe som også målingene også viser.

Totalt for perioden 01.01.2022 – 31.12.2022 har vi levert 2895 forsikringsoppdrag fordelt på de 4 største selskapene mot 2774 for 2021. Dette er en økning på 121 jobber. Totalt har disse avtalene en verdi på rundt 40 mill nok.

Markedsføring

Spring Agency styrer kjedens markedsføring og i løpet av 2022 har kjeden økt sin synlighet ytterligere ved å produsere blogginnlegg, republisere tidligere innlegg for å tette hull på søk, samt sponse opp innlegg på Facebook og Instagram. Satte målsettinger for 2022 var å øke den totale trafikken/økter på hjemmesiden med 25% - dvs. 225 000 besøkende. Dette skulle vi nå ved å oppdatere hjemmesiden basert på analyse - hva og hvordan forbruker søker. Knappen Finn din glassleverandør ble flyttet opp samt at vi laget en ny blokk – prosjekter vi er stolte av. Vi har også fått på plass alle Pilar Pages som skal gjøre det lettere for forbruker å finne fram til det de leter etter på google.

Vi klarte ikke å øke trafikken slik vi ønsket og endte på 109 448 mot 140 594 i 2021, men totalt fikk vi 1964 nye kontakter. Vi hadde for sesongen 2022 samarbeid med Eventyrlig Oppussing hvor vi var representert i ett program. Det ble produsert innlegg i SoMe både i forkant og etter at programmet ble vist på TV, samt 3 innlegg på EO sine FB og Instagram sider.

Sosiale Medier er et viktig verktøy for markedsføring av kjeden og kjedens medlemmer. Derfor har vi også laget spesialtilpasset innhold, ref. dusjvegg hos Kathrine Sørland og glass på kjøkken hos Halvor Bakke; der medlemsbedrifter har utført selve jobben og har fått omtale + # i innlegget noe som igjen bidrar til økt synlighet på SoMe. Totalt er det skrevet og publisert 28 blogginnlegg i løpet av 2022 hvorav innlegget om «hva er forskjellen på innvendig og utvendig dugg på viduer» topper listen med 13631 wiews.

Medlemmer

Ved utgangen av året teller Glassfagkjeden 39 aktive medlemmer.

Følgende nye medlemmer har tilkommet: Tysvær Glass as

Følgende medlemmer har gått ut av kjeden: Rasta Glass

Møter (Salgsmøter, Regionsmøter og Markedsrådsmøter)

Gjennom våren og høsten, har salg gjennomført kundemøter, enten via Teams eller fysiske møter med alle medlemmene i kjeden, hvor omsetning, produktinformasjon, forbedringspotensiale, ris og ros har stått på agenda. Disse møtene har gitt oss god input som vi har tatt med oss videre.

Det har vært avholdt 5 markedsrådsmøter 3 over TEAMS og 2 fysiske møter i 2022. Møtene har i hovedsak dreid seg om økonomi, lojalitet, nye avtaler, markedsaktiviteter, In4Mo, statistikk og planlegging av regions møter og årsmøte. Kjedekontoret ser stor nytte av å gjennomføre markedsrådsmøter da dette er et viktig forum for å ta opp aktuelle saker som er kommet inn fra kjedens medlemmer i perioden mellom møtene. Markedsrådet er også en god sparringspartner for kjedekontoret med hensyn til å se saker fra glassmesternes side. Viktig at medlemmene melder inn saker til sine respektive representanter hvis de har noe på hjertet.

Markedsrådet pr. 2023 består av følgende: Leif Egil Grøtan, Christian Mohn Nøking, Kai Dysthe, Håvard Henriksen, Anne-Charlotte Braastad. Alle medlemmene i Markedsrådet stilte til nyvalg ved høstens regionsmøter og sitter i 2 år, bortsett for region øst - Kai har gitt signaler om at han fratrer på regionsmøtene høsten 2023. En ny kandidat står på valgliste. Nytt valg foretas på høstens regionsmøter 2023.

Representant	Region	Valgt inn	Står på valg
Kai Dysthe	Øst	2022	2023
Leif Egil Grøtan	Midt	2022	2024
Håvard Henriksen	Nord	2022	2024
Christian M. Nøking	Vest	2022	2024

Regionale Medlemsmøter:

Vi har holdt medlemsmøter i regionene Nord,/Midt, vest og Øst i september, oktober 22

Kjedeavtaler

Reforhandlet ny avtale med Gjensidige..

Eventyrlog Oppussing, Sika og Würth inngått i løpet av 2022.

Spring Agency – løpende avtale til den sies opp av en av partene.

Kjedekontoret

Pr. 01.01.2022 består Kjedekontoet av Anne-Charlotte Braastad, leder for Glassfagkjeden samt Tone Norsted oppfølgingsansvarlig In4Mo mot forsikringsselskapene og medlemmer av kjeden.

Økonomi

Budsjett Glassfagkjeden for 2022/2023			
			Inntekt
Medlemskontingent (39 x NOK 35 000)			kr 1 365 000
In4Mo fee per tildelt sak			kr 450 000
Fra budsjett 2021/2022	Øremerket Årsmøte 2023		kr 140 000
Inntekt			kr 1 955 000
Kostnader	Budsjett	Faste poster	Benyttet
Marketing activities	kr 250 000		kr 179 577
Seminars /Fagdag	kr 200 000		
Salry Tone	kr 500 000	kr 500 000	kr 500 000
Other personal cost	kr 100 000		kr 42 032
Regional Meetings	kr 100 000		kr 64 009
Marketing Meetings	kr 60 000		kr 46 422
Anual Meeting Hurd	kr 140 000		kr 140 000
Techweb Agency a	kr 660 000	kr 660 000	kr 550 000
Agreement Server	kr 9 000	kr 8 000	kr 8 000
HubSpot Lisens	kr 110 000	kr 110 000	
Webpages	kr 50 000	kr 50 000	kr 154 800
Extra contacts	kr 20 000	kr 20 000	
Contractor Lisens	kr 90 000	kr 90 000	kr 75 682
Startbank	kr 5 000		
Telenor	kr 6 000		kr 2 000
Domeneshop	kr 5 000	kr 5 000	kr 616
Diverse	kr 30 000		
Total	kr 2 335 000	kr 1 443 000	kr 1 763 138

Kommentarer til budsjettet 2022/2023

Forsikring - Totalt er det fakturert medlemmene kr. 461 600 for tildelte forsikringssaker i perioden 01.04-31.12.2022. Denne posten skal så langt som mulig dekke Tone sin lønn, det overskytende betales av Pilkington Norge as. Lønn til leder av kjeden dekkes i sin helhet av Pilkington Norge.

Markedsaktiviteter - Det er benyttet kr.179 577 i markedsaktiviteter. Dette inkluderer vår deltagelse i Eventyrlig Oppussing, produksjon av brosjyremateriell, Glassfagkjeden logo for bekledning og bil, div. spons av glass til influensere (Kathrine Sørland, Halvor Bakke)

Spring Agency - Analyser (SEO), Oppdatere hjemmeside +underliggende sider, Re publisere tidligere blogginnlegg + skape nye innlegg, Skape innhold på SoMe (FB – Instagram), Betalt annonsering på FB

HubSpot-Enterprise - Lisens, Glassfagkjeden hovedside + underliggende sider.

Kontakter – dvs. de som legger igjen sine kontaktopplysninger når de er inne på vår side.

Budsjett Glassfagkjeden for 2023/2024		
		Income
Memberfee (39 x NOK 35 000)		kr 1 365 000
In4Mo fee		kr 500 000
		kr 1 865 000
Expences		
Marketing activities	kr 200 000	
Seminars /Fagdag	kr 100 000	
Travelcosts	kr 50 000	
Salary Tone	kr 650 000	
Regional Meetings	kr 75 000	
Marketing Meetings	kr 50 000	
Techweb Agency agreement	kr 550 000	
Driftsavtale server	kr 8 000	
HubSpot Lisens	kr 160 000	
Webpages		
Extra contacts		
Contractor Lisens	kr 82 000	
Domeneshop	kr 1 000	
Diverse	kr 89 000	
Total	kr 2 015 000	kr -150 000

Kommentarer til budsjettet 2023/2024

Årets budsjett er basert på medlemskontingent og antall fakturerte forsikringsoppdrag

Samhold og samarbeid mellom medlemsbedriftene er en viktig kjerneverdi for kjeden, derfor er det viktig å delta på fellesaktivitetene som iverksettes fra kjedekontoret, også digitale møter.

Jeg vil benytte anledningen til å takke for året som er gått til tross for mye uforutsigbarhet og håper at resultatene vi i felleskap har skapt og den posisjonen vi har, inspirerer til fortsatt god innsats framover.

Oslo, 16. januar 2023

Med vennlig hilsen



Anne-Charlotte Braastad

Leder for Glassfagkjeden