

Referat fra markedsrådsmøte 13.06.2024

Deltakere: Per Berg Olsen, Håvard Henriksen, og Anne-Ch Braastad

Ikke til stede: Leif Egil Grøtan, Christian M. Nøklung

AGENDA

- Salg/Budsjett Glassfagkjeden
- Iquote
- Nye avtaler: Storebrand, Polygon, NG
- MEPS og Forsikring
- Spring Agency – redegjøre for ny vekstplan
- Dato regionsmøter høsten 2024 – Innspill til agenda
- Årsmøte 2025

Tilbakemeldinger på referat fra siste møte

Ingen tilbakemeldinger på siste referat, dermed godkjent. Det hadde heller ikke kommet inn noen innspill fra medlemmene som ble tatt med videre inn i markedsrådet.

Resultat Salg Glassfagkjeden FY 23/24

Budsjett FY 24 NOK 41 726 419 – 46 194m²

Resultat FY 24 NOK 36 753 092 – 39 594m²

Totalt Elverum FY – 14,6% under budsjett

Markedsrådet mente dette kunne skyldes følgende:

- Lav lojalitet
- Liten salgsorganisasjon
- For høy pris på prosjekter.
- En kombinasjon av pris og leveringstid som resulterer i mindre innkjøp pr. medlem
- Mindre aktivitet hos de store aktørene – prosjekter lagt på is eller stoppet.
- Mindre aktivitet hos vindusprodusentene som har resultert i permitteringer.
- Mye roligere på forbrukermarkedet, medlemmene merker godt nedgangen

Følgende punkter meldt videre til ledelsen i Polen da det var Business Review

Positive

- God service og gjevnt over bra produkter
- OTIF i henhold til forventninger
- Bra lev. Tid for Elverumsprodukter
- Flott kvalitet på herdet glass
- Godt produktutvalg, skaffer det meste på forespørsel

Negative

Begrensninger på herdet laminert som skyldes:

- Lev. Tid fra SKI er for lang. Liten fleksibilitet for kortere lev. tider
- Begrensninger på formater ut-sparringer
- Våre største konkurrenter i same marked har lavere priser og er mer fleksible.
- Vi mister ordre pga pris
- Strengere reklamasjonsrutiner enn våre konkurrenter

Salgs Budsjett for Glassfagkjeden FY 24/25 NOK 39 823 822 – 44 090m²

Markeds budsjett Glassfagkjeden FY 23/24

Fakt. medlemskontingen for Glassfagkjeden 2023/24 kr. 1 365 000.

Fakt. 3 nye medlemmer kr. 17 500

Antall tildelte forsikringsoppdrag fakt. kr. 692 380*

Total balanse: NOK 1 982 500.

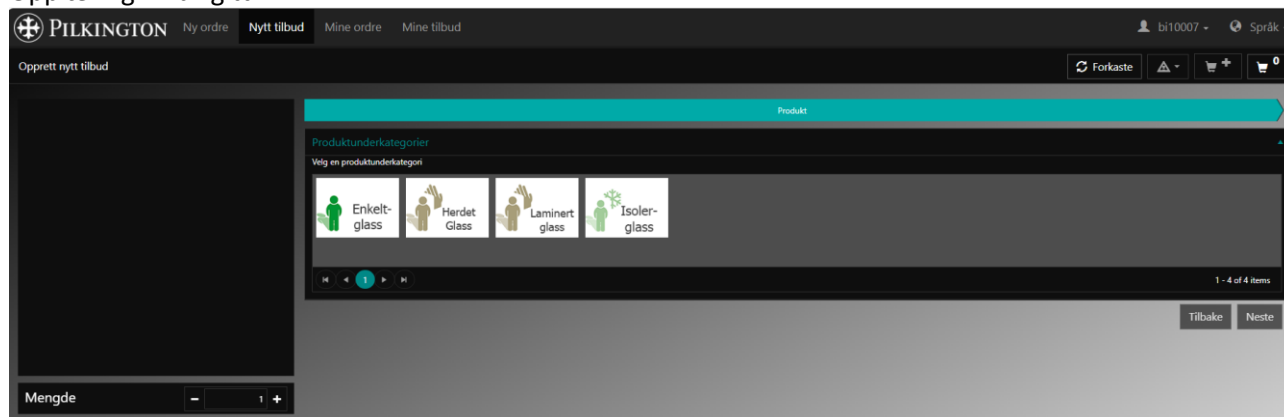
Rest overføres til Årsmøte 2025

Fortsatt ikke noe konkret svar fra Robert på hva den resterende summen under posten In4Mo Support Markedsrådet krever redegjørelse for dette samt en timesoversikt for Tone sin tid på In4Mo.

Iquote

Testing er i gang og vi er ganske nærme en utrulling av programmet. Først ut et en gruppe bestående av noen medlemmer fra Glassfagkjeden. Disse har fått beskjed hvilken gruppe de tilhører.

Etter hvert som vi ser hvordan 1 testgruppe fungerer vil vi tilby dette verktøyet til de øvrige medlemmene. Opplæring vil bli gitt.



Avtaler

POLYGON

Avtalen er signert og ligger tilgjengelig på medlemsnett. Glassfagkjedens medlemmer skal benyttes ved glass skader som meldes inn til Polygon gjennom forsikringsportalen. Avtalen gjelder også for andre oppdrag utenom forsikringsportalen. Her ligger det andre timepriser til grunn og skal benyttes. Ved tildeling via In4Mo benyttes forsikringsselskapsprisene.

FRØYLAND BYGG SKADE

Her har jeg sendt priser til godkjenning i In4Mo, men sliter med å komme fram til rett person som kan godkjenne. Vi har ingen offisiell avtale med Frøyland Bygg Skade eller Ocab som de nå heter.

RECOVER

Her har vi ingen avtale i dag utover Politivavtalen som ble inngått for noen år siden, men ser medlemmene blir rekvirert fra tid til annen i In4Mo portalen. Legger også til grunn Polygonavtalen når jeg går i dialog med dem.

NORSK GJENVINNING

Her er vi i prosess og en ny utarbeidet prosessbeskrivelse ligger tilgjengelig på medlemsnett. Det er berammet et nytt møte for sommeren da vi ikke er 100% fornøyd med denne, mange forskjellige rutiner ute og går.

KIWI AVTALEN

Her har de nå våknet, og ny liste på butikker er lagt inn på medlemsnett.

Kiwi skal bytte ut rullegitter foran alle dører og her skal det settes inn P6B som erstatning ...

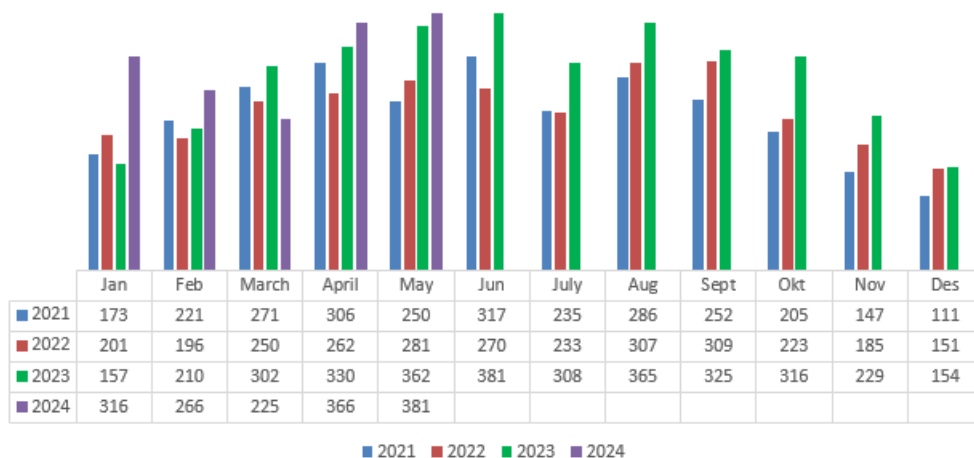
Er i dialog med Harald i Stavanger vedr. dette.

NORGESVINDU, NATRE,

Ovennvnnte vindusprodusenter har nå gått over til å benytte Pilkington glass i sine vinduer

Jeg skal derfor undersøke om det er interessant for disse å inngå avtaler slik at Glassfagkjedens glassmestere kan utføre reparasjon og vedlikehold for disse. Kommer tilbake til dette i neste møte.

Forsikring



STOREBRAND

Vi er snart i mål med ny avtale med Storebrand.

Timepriser er forhandlet fram til kr. 615,00m, km til 20,28

Storebrand er på MEPS

FRENDE FORSIKRING

Har hatt første presentasjonsmøte med Frende, men ikke kommet videre til tross for div purringer.

Fortsetter å holde denne varm.

Markedsføring

Glassfagkjeden har ligget litt bakpå det siste ½ året med hensyn til synlighet på nettet. Dette er nå satt på agenda og vi skal nå øke denne aktiviteten iform av økt fokus på kundehenvendelser til medlemmene.

De 12 siste mnd har vi hatt 133 049 besøkende på nettsiden og 1 953 nye kontakter i databasen, hvorav 1330 er henvendelser til medlemmene og resterende er nedlastninger av e-bøker, hvor av mange av disse senere blir til henvendelser til glassmesterne.

Google Ads: En helt konkret grunn til at vi IKKE har valgt å benytte penger på Google ads er at det koster veldig mye penger per klikk. Og vi kan ikke forsvare dette, når vi ikke er en direkte "salgskanal".

Vi må da by mot andre glassmestere, også våre egne Google ads fungerer bare når vi betaler, skruer vi dette av, har vi ingen varig effekt. Altså, ingen merkevare eller leadgenererende effekt.

Min soleklare anbefaling har og vil alltid være: dere må investere i dette selv, med lokale kampanjer. Spring har laget et knalltilbud til oss på dette som ligger på medlemsnett under mappen Spring <https://www.glassfagkjeden.no/medlemsnett>

Det vi skal gjøre er følgende:

- Klikkbare telefonlinker på kontaktsiden til glassleverandørene, samt endre noe på layout
- Gjøre en omfattende SEO-analyse for å kartlegge Glassfagkjeden mot glassmester1.no
- Oppdatere meta/beskrivelse basert på analyse
- Hva er vår status mot glassmester1.no i dag, mtp share of voice som er et måltall for hvor synlig en merkevare er i forhold til våre konkurrenter.
- Etablere semrush, search console. Dette er et spesialverktøy for SEO som hjelper oss til å bli bedre på søkemotoroptimalisering, og dermed øke rangeringen nettstedet Glassfagkjeden har i søkeresultater. Verktøyet lar deg utføre bedre søkeordundersøkelser, justere innhold for bedre rangering – samtidig som du kan spore hva konkurrentene dine gjør.
- Løpende tracking av topp 100 viktigste søkeord

Budsjett Q2 kr. 113 500 – her kan det komme endringer, postene kan rokkeres

Q2 – Justert vekstplan

Hva	Hvorfor	Output
SoMe-annonser optimalisering og <u>rultering</u> .	Viktig for å opprettholde synlighet på SoMe. Og særlig når vi nå ikke lager nytt innhold.	Løpende synlighet på de viktigste mediene.
Månedlig statusmøter på 90 min	Oppfølging av aktiviteter og mål.	Månedlig rapport med forklaringer på hva som går bra, hvilke grep vi har tatt og hva vi anbefaler fremover.
Prosjektledelse	Behov for å sikre struktur og gjennomføring	Klarhet og forutsigbarhet.
SEO-analyse + arbeid	Gjøre en omfattende SEO-analyse for å kartlegge GAP mot glassmester1.no	Oppdatert plan for SEO. Hvilke grep kan vi ta med nåværende URL-struktur. Evt hvilket innhold mangler. Samt <u>oppdaterte meta-data</u> .
Web "3.0"	Nettsidene er gode, men trenger litt vârrengjering. Nettsidens visuelle profil må defineres, <u>dokumenteres og implementeres</u> .	GFK Brand Guidelines. Oppdatert web i henhold til denne og en kraftig forbedret Pristilbud-side.
HubSpot støtte/governance	Faste timer hos spesialist for støtte til Hubspot utfordringer.	1-2 timer annenhver uke med Hubspot-spesialist opplært i portalen din. Ikke-kritiske oppgaver trenger minst to ukers varsel.
TOTAL		

Egen hjemmeside

Som gitt beskjed om tidligere benyttes markedsbudsjettet til å promotere Glassfagkjeden og underliggende medlemssider på «finn din glassleverandør»

Egen hjemmeside må man ta ansvar for selv. Noen av Glassfagkjedens medlemmer har allerede laget sine egne sider som da bidrar til større handlingsfrihet og kan da ivareta egen markedsføring som Ad words etc. [Spring Agency](#) kan bistå i prosessene med å utforme en spesialtilpasset hjemmeside. Her kan dere ta kontakt med: Knut på tlf: +47 93 088 164, eller mail: knut@springagency.com og be om et godt tilbud

Regionsmøter høsten 2024

Ber dere allerede nå notere dere følgende datoer for høstens regionsmøter

Region Nord og Midt - 18 oktober - Scandic Nidelven, Trondheim

Region Vest - 25. oktober - Thon Hotel Rosenkrantz, Bergen

Region Øst - 8. november - Thon Hotel Opera, Oslo

Foreløpig ser det ut som om vi har fått med oss Storebrand Forsikring og Norsk Gjenvinning som skal orientere om avtalene.

3 av medlemmene står på valg, så dere kan allerede nå begynne å tenke på om dere har lyst til i markedsrådet, send innspillet inn til din representant

Region Midt - Leif Egil Grøtan

Region Nord - Håvard Henriksen

Region Vest - Christian M. Nøklung

Har dere øvrige innspill til agenda er det fint om dere sender meg en mail på det til: anne-charlotte.braastad@no.nsg.com

Årsmøte 2025 (31.01 – 02.02)

Årsmøte gjennomføres fra torsdag 30.01 til søndag 02.02.2025, med fabrikkbesøk på Elverum og obligatorisk årsmøte fredag formiddag 31.01. Videre til Sälen fredag ettermiddag, retur søndag

Programmet blir som følger:

TORS DAG 30.01 - Felles buss fra Gardermoen til Elverum fra kl. 11:00 - (1,5 time) besøk på fabrikk og felles middag på kvelden i Elverum

FREDAG 31.01 - Obligatorisk Årsmøte på hotellet fra kl. 09:30 - 12:00 + Lunsj.

Det settes opp felles buss tilbake til Gardermoen for dere som ikke ønsker å være med til Sälen. Kl. 14:00

Felles avreise til Sälen fra Elverum - Middag

LØRDAG 01.02 - Teambuildingsaktivitet, muligheter for ski og andre aktiviteter - Årsmøtemiddag på kvelden.

SØNDAG 02.02 Felles avreise med buss fra Sälen til Gardermoen

Kommer tilbake med kostnader og påmelding når alle brikker er på plass.

Jeg har reservert rom og møterom på Thon Hotel Elgstua i Elverum for torsdag og fredag, samt overlatt ansvaret Sälen til BRAVE.

Oslo 27.06.2025