

EICO – YDMYG, NO

APPLiA Danmark kunne 1. januar 2019 byde to nye medlemmer velkommen i foreningen: Eico A/S og JG Silverline Nordic. I januar mødte vi Michael Jacobsen, administrerende direktør hos Eico, til en snak om den succes, som Eico har oplevet de seneste år.

Mens man hos Eico tydeligt mærker en ydmyghed omkring den succes, som virksomheden har oplevet siden 2011, så skinner stoltheden over den markante vækst, som virksomheden har haft alligevel igennem. Og Michael Jacobsen tilskriver succesens virksomhedens medarbejdere, alle løfter i flok.

VIRKSOMHED I VÆKST

”Siden 2011, hvor virksomheden kom på nye hænder, er vi vokset cirka 100 procent. Vores virksomhed er på en rejse i rigtig mange henseender, både organisatorisk og markeds-mæssigt. Det handler ikke bare om toplinejnen.”

For Eico har det været afgørende ikke kun at fokusere på toplinejnen, for det har været afgørende, at hele virksomheden udvikler sig i takt med væksten:

”Det er også vigtigt, at resten af virksomheden følger med og tager denne rejse og profil til sig, for der er en forskel på at være medarbejder i en virksomhed på 8-10 mand og på at være medarbejder i en virksomhed, hvor vi snart er 30. Det giver et behov for en anden struktur.”

Det er netop denne udvikling, som Michael Jacobsen skal være garant for at forme, men han understreger, at det i mindst lige så høj grad skyldes medarbejderne, at Eico har haft succes med

den store udvikling, som virksomheden har været igennem.

Siden 2011 har Eico gennemgået store forandringer, også internt, men da Michael Jacobsen kom til virksomheden i 2015, oplevede han alligevel en virksomhed og en medarbejderstab, der var motiverede til forandringerne og de nye udfordringer, det førte med sig.

”Jeg kommer til en organisation, som var motiveret, som var glad for forslag til forandring, og som var med på, at vi måske skulle gøre tingene en smule anderledes.”

Toplinejnen er ifølge Michael Jacobsen blot et resultat af det, der ligger nedeunder: ”Det er rigtig vigtigt, at fundamentet er stærkt. Medarbejderne skal være glade for at komme på arbejde 99 ud af 100 dage.”

Den store fremgang er i sig selv en motivationsfaktor for medarbejderne, men for Michael Jacobsen handler det også om at skabe en virksomhedskultur, som gør medarbejderne glade, for medarbejderne er med til at skabe succesen.

”Uanset hvem jeg møder i vores organisation, så oplever jeg en ærekærlighed og en dedikation til, hvad de arbejder med. Hele teamet løfter simpelthen i flok.”

RESPEKT FOR KUNDERNE

Siden 2011 har Eico haft et øget fokus på nye forhandlere, men det er vigtigt for virksomheden, at de gamle kunder ikke føler sig glemt. Respekten for kunderne er altafgørende for Eico, uanset om de er gamle i stalden eller helt nye.

”Det er ikke nogen hemmelighed, at vi gerne vil vokse og blive større. Det gør vi kun ved at få flere kunder i folden. Men det er vigtigt, at alle kunder føler sig godt behandlet. Det er afgø-



FAKTA OM EICO

Eico A/S blev stiftet af ægteparret Erik og Inge-Lis Lund i 1981 og er placeret i Brønderslev. Virksomheden er mest kendt for emhætter og emfang. Erik Lund havde en baggrund i køkkenbranchen, hvor han var med til at starte JKE Design. I starten var det netop i køkkenbutikkerne, man kunne finde Eicos produkter, men hurtigt udvidede man også til hvidevare- og elektronikbutikker, og siden 2011 har der været et øget fokus på hvidevarebutikkerne og internettet som kundeunderlag.

Fokus er på emhætter, men virksomheden har blandt andet også kogeplader, ovne, vaske og affaldssystemer i sortimentet.

Eico er nordisk distributør af de to italienske brands Elica og Faber, men har produkter fra en række øvrige producenter, hvor Eico ofte får tilpasset produkterne, så de passer bedre til de krav, vi har her i Norden.

I 2011 kom der et generationsskifte i Eico, og siden 2015 har Michael Jacobsen fungeret som direktør for den nordjyske virksomhed, hvor den tidligere salgschef Niels Poulsen nu er salgsdirektør, og Frank Svendsen er økonomichef. Under den nye ledelse har Eico oplevet markant fremgang på det nordiske marked.

RDJYSK SUCCES



Salgsdirektør Niels Poulsen (t.v.) og direktør Michael Jacobsen (t.h.).

rende for, at vi fortsat kan have tryk på speederen, at vi får flere kunder ind, men samtidig skal vi gøre det bedre med de kunder, vi allerede har. Det bedste kvalitetsstempel, jeg kan give på vores udvikling er, at vi oplever en sund udvikling, hvor vi får nye kunder ind, og der vil fokus ofte være på de nye kunder. Men vores respekt for de kunder, der har bragt os til der, hvor vi er, den er intakt.”

Denne respekt har gjort, at Eico er vokset hos alle deres kunder, siden de drog ud på den vækstrejse, de har været på siden 2011.

PRODUKTER TIL ALLE BEHOV

Ifølge Michael Jacobsen har Eico muligvis det dybeste sortiment inden for emhætter i Danmark med et sortiment på 500-600 emhætter. Det sker til dels, da køkkenkæderne gerne vil samarbejde med så få leverandører som muligt, og her kan Eico som handelshus, der

er distributør for de to største emhætteproducenter i verden, Elica og Faber, sikre et bredt sortiment.

Men hos Eico vil man også gerne kunne imødekomme særlige behov blandt forbrugere og forhandlere i Norden:

”Vi udvikler vores egne produkter i samarbejde med en række leverandører. Disse produkter er ikke Eico-brandede, hvilket er en bevidst strategi, da der er mange kunder, der gerne vil undgå ’brand confusion.’”

Det giver forbrugerne mulighed for at tilvælge Eicos produkter uden at skulle tænke på, hvilke andre brands, de har i køkkenet.

Og samarbejdet med producenterne gør det også muligt for Eico at få en finger med i spillet i udviklingen af produkter, så de kan blive tilpasset de behov, som forbrugere og forhandlere efterspørger, for eksempel i forhold til farven på lyset, motorens størrelse og finish.

BREDT SORTIMENT SKAL SIKRE MOD KONJUNKTURSVINGNINGER

Det brede udvalg af produkter, både med kendte brands, highend-produkter og i de mellemdele og billigere kategorier, er en bevidst satsning fra Eicos side, særligt efter den seneste finanskriser, hvor mange virksomheder, der kun fokuserede på de dyre produkter, blev hårdt ramt.

”Mange forbinder os med highend-produkter, men jeg vil gerne fremhæve, at vi er bredest og dybest både low, medium og high. Oftest fokuserer man på produkterne i toppen af pyramiden, men det er dem længere nede, der bliver solgt flest af. Vi har varer fra 995,- til 40.000,- samt specialfremstillede produkter.”

Ifølge Michael Jacobsen er det vigtigt af flere årsager. For det første kan Eico på den måde tilbyde en leverandør, der kan hjælpe dem med at løse deres behov, uanset hvad slutkunderne ønsker.

Eicolink er et integreret kombinationssystem med trådløs forbindelse mellem kogeplade og emhætte. Systemet fungerer som en fjernbetjening i kogepladen, der kan betjene de emhætter, som er forsynet med Eicolink logoet."



Nikola Tesla One har været en stor succes hos Eico og er en af de nye typer produkter, der ifølge Michael Jacobsen viser vejen for udviklingen i branchen. Her vist på forsiden af Eicos katalog.

som vokser signifikant i vores butik, og som i dag er en betydelig del af vores forretning. Vi ser også, at der er flere og flere kunder, som vil gerne have, at emhætte og kogeplade kan kommunikere. Rigtig mange af vores emhætter leveres med en fjernbetjening, men rigtig mange forbrugere vil gerne have, at fjernbetjeningen er integreret i kogepladen. Netop dette har vores linkkogeplader."

Eico har ydermere også ovne i sortimentet, ligesom de har systemer til sortering af affald, hvilket er et område i vækst i takt med, at flere og flere kommuner indfører obligatorisk affaldssortering i husstandene.

Michael Jacobsen er desuden ikke afvisende over for, at der i fremtiden vil komme flere produkttyper i sortimentet i takt med, at virksomheden vokser i størrelse, omsætning og markedsposition – så længe organisationen kan følge med.

Men det brede sortiment betyder også, at Eico står stærkere i forhold til markedet som helhed:

"I den seneste periode har der været højkonjunktur, hvor der er blevet solgt rigtig mange køkkener, og folk har gerne villet købe dyrere produkter. Det har selvfølgelig været i vores favør, blandt andet i forhold til vores Nikola Tesla "Aspiration Hob". Men historien har det med at gentage sig, og mon ikke der kommer en nedgang på et tidspunkt? Og når der måtte komme afmatning i markedet, så tror jeg, at vi står næsten lige så stærkt, som vi gør nu, for så bevæger vi os bare lidt ned i pyramiden."

Efterspørgslen efter emhætter og andre produkter vil i en eventuel afmat-

ning eller i en krise stadig være der; det vil bare være billigere produkter, som Eico så kan tilbyde i stedet.

IKKE KUN EMHÆTTER

Eico er mest kendt som et handelshus med stort speciale inden for emhætter, men de seneste år er sortimentet blevet udvidet med andre produkter:

"De seneste år er der kommet kogeplader til, hvilket er en produkttype,

ELICA hører hjemme i Italien, hvor de også har en stor del af deres produktion. Elica har produceret emhætter siden 1970'erne.

Faber er en italiensk producent af emhætter, som har beskæftiget sig med ventilation i mere end 60 år. Faber er i dag verdens næststørste producent af emhætter.