



Foto: NICOLAI LORENZEN

PENGENE VÆRD - Morten Boel Sigurdsson fastslår, at et kursus i globalt entreprenørskab i Massachusetts, USA, var alle pengene værd.

Se din virksomhed gennem amerikanske briller

Af LINE RØNN

■ I februar drog tre medarbejdere fra den danske softwarevirksomhed Omada til Massachusetts i USA. Destinationen var en uges intensivt forløb på det legendariske Massachusetts Institute of Technology (MIT) iværksættercenter – et forløb, som har skaffet Omada den største udenlandske kunde nogensinde, mener adm. direktør Morten Boel Sigurdsson.

For 7.400 dollars pr. person fik de tre adgang til et hektisk og kompakt forløb med store hjemmeopgaver og lange undervisningsdage, hvor selv frokostpauserne var spækket med foredrag. Men det var lærerigt. Allerede på vej tilbage til lufthavnen skrev de en lang liste med initiativer, som skulle sættes i gang, og i dag har de kommunikeret en plan ud til hele virksomheden, som slår igennem, hvad enten det gælder udvikling, support, marketing, salg eller administration.

Værdiansættelse

»Vi lærte at de tre vigtigste redskaber er værdiansættelse, netværk og kommunikation,« siger 37-årige Morten Boel Sigurdsson, som selv har så godt et netværk, at han uden at tænke over det bare kalder

Omada

► Omada A/S blev grundlagt i 1999 og laver processoftware. Adm. direktør Morten Boel Sigurdsson, som også er en af stifterne bag virksomheden, har en fortid som Superintendent Engineer hos Rederiet A.P. Møller og projektleder hos SAP Danmark.

► Ideen bag Omada er at skabe et værktøj, der kan holde styr på forskellige arbejdsprocesser og dokumentation.

► Omada har et overskud på ca. 9,5 mio. kr. før skat og 29 medarbejdere.

erhvervsministeren for "Bent". I det følgende uddyber han de tre veje til succes.

Især højteknologivirksomheder kan tale indviklet og længe, når de skal forklare kunden, hvad de kan tilbyde. Men det går ikke. Det handler om at formulere sit produkt så præcist, at den store kunde kan nå at blive interesseret, hvis du møder ham på en 15 sekunders elevator tur.

»Du skal blive ekstremt god til at slå fast, hvad du kan skabe af værdi på bundlinjen for kunden. Hvis man møder Mr. Big, hjælper det ikke at begynde samtalen

med "Vi laver et processstyringsværktøj, der er baseret på Microsoft-teknologi, man kan lægge det ud på intranettet og...", for så er han allerede på vej et andet sted hen,« siger Morten Boel Sigurdsson, som har lært at udtrykke på ganske få linjer, hvad Omadas højteknologiske processoftware kan udrette:

»Ved at understøtte processer inden for brugeradministration lærer vi virksomheder både at spare 70 pct. af deres penge på administrationen og at opfylde de lovkrav, der er i både Danmark og Europa,« siger han bestemt.

Netværk

»Det at man har adgang til folk med indflydelse, kan ikke undervurderes,« erklærer Morten Boel Sigurdsson, som ikke har noget imod at blande arbejdsliv og privatliv sammen.

»Du skal pleje kontakten med de rigtige folk, men du skal huske at give dem noget tilbage. Du skal være interessant og have noget at bidrage med, ellers tørrer det ud,« siger han. Den adm. direktør har selvfølgelig brugt kræfter på at lære lederen af iværksættercenteret på MIT, Ken Morse, at kende, og sørgede for at følge ham til toget, da han i april besøgte Danmark:

»Jeg havde brug for at tale

MIT

► MIT – Massachusetts Institute of Technology – er et verdenskendt universitet i Boston, USA.

► Universitetet er kendt for høj specialiseret viden og for sin evne til at kombinere udvikling af ny teknologi med management og kommercialisering.

med ham i 15 minutter, så min kollega gik bagefter og slæbte hans store trolleykuffert. For hvis man skal have fat i en teknologihøj eller noget venturekapital i USA, så ved Ken Morse lige, hvem man skal kontakte. Det kan spare halve år, når nogen åbner døren for dig.»

Kommunikation

»Jeg var til konfirmation i lørdags, og i sådan en situation skal man være lige så skarp i sine formuleringer, som når man taler med kunderne. For det kan være, at der sidder én, man kan lave forretninger med. Det gjorde der faktisk – jeg fik et møde på det med én, som jeg havde ledt efter i syv måneder,« siger Morten Boel Sigurdsson.

Han opfordrer nu sine medarbejdere til at kommunikere og netværke, selv om de har fri. Derfor bestilte han også nye

visitkort til alle medarbejdere, da han kom hjem fra USA. For mobilnummeret stod ikke på kortene før.

»Det er et væsentligt konkurrenceparameter, at kunderne kan få fat på dig hele døgnet hele året rundt. Man skal være *totally committed*, for det er dine konkurrenter,« siger han.

Ny kunde

Der blev i den grad sparket til disse tre parametre, da Omada for nylig kæmpede for at få den største udenlandske kunde i hus nogensinde – og det lykkedes. Omada skal nu levere løsninger til Transport for London, der administrerer alle busser og undergrundsbanen i den britiske hovedstad og har 19.000 medarbejdere.

»Vi brugte stærk og klar kommunikation, vi havde en overbevisende *value proposition* og havde gennem netværk fundet en rigtig god partner, som vi sælger produktet igennem,« siger Morten Boel Sigurdsson. Omada har i første kvartal haft en vækst på 60 pct. i forhold til første kvartal sidste år. Det er den største vækst, virksomheden nogensinde har haft.

