



I seks år på rad har Accept Servicepartner blitt kåret til Gasellebedrift. Noe av nøkkelen til suksessen ligger i et godt planleggings- og kalkulasjonsverktøy.

Dennis Johnsen (f.v.), Pål Fosnæs og Anders Nebo i Accept Servicepartner har opplevd en voldsom vekst de siste åtte årene.

Kvalitet og dataverktøy er viktige suksessfaktorer

Selskapet har hovedkontor i Lier utenfor Drammen, men har kontor i til sammen åtte byer sør for Trondheim. Etter ti år med renholdsoppdrag ble det i 2005 tatt et strategisk valg om vekst. En vekst som skulle foregå organisk og ikke gjennom oppkjøp. Siden den gangen har pila pekt en vei, og selskapet kan se tilbake på å ha blitt kåret til Gasellebedrift seks år på rad.

– Det har vært noen eventyrlige år, og vi har lykket med valgene vi har tatt, sier Pål Fosnæs, controller i Accept Servicepartner.

Han forteller at litt av hemmeligheten for at de har lykket så bra, er at de støtter seg til et



– Sota Planning Tool er det viktigste arbeidsverktøyet vi har når vi skal regne ut anbud, sier Pål Fosnæs.

dataverktøy for planlegging og kalkulasjon av renholdsoppdrag.

– Vi har de siste årene benyttet oss av Sota Planning Tool, som har vært veldig nyttig for oss. Med ordentlige tegninger/skisser er det mye enklere å orientere seg og få oversikt over et oppdrag. Programmet er veldig fleksibelt, og er svært viktig i vår hverdag når vi skal regne ut anbud. Sota

Planning Tool er et viktig redskap når vi skal kvalitetssikre oppdragene våre, samtidig som det gir oss en effektiv kostnadsoversikt. I det hele tatt er det veldig tidsbesparende, sier Fosnæs. Han legger til at programmet er enkelt å bruke og lett å sette seg inn i.

– Vi er helt avhengig av dette programmet, påpeker han, og viser blant annet til at det er ekstra verdifullt ved ferieavvikling, sykdom og endring av renholdsplan. De har testet forskjellige dataverktøy, men de siste fire-fem årene har de holdt seg til programmet de bruker nå.

Accept Servicepartner ønsker å bli en foretrukket kvalitetsle-

verandør, og ønsker å skille seg ut fra sine konkurrenter på den måten.

– Vi har lykket med å levere kvalitet, noe som har ført til fornøyde kunder og fornøyde medarbeidere, sier Anders Nebo.

– Det er mange som hevder at de leverer kvalitet. Hva gjør dere annerledes?

– Når vi får en ny kunde, leter vi etter de rette medarbeiderne. Disse må gjennom en opplæring i Acceptskolen, som består av både teori og praksis. Her må de bestå en test som viser at de kan levere kvaliteten vi og kunden ønsker, forteller Dennis Johnsen.

 PÅL SØNSTELI
pal@askmedia.no