



Karin Valeur går efter en sjette gazelletitel. Foto: Hans Christian Jacobsen

Hun førte sin drøm ud i livet

Karin Valeur tog skeen i den anden hånd og udtænkte en ny vækstplan for sit livsværk Valeur Telemarketing, som nu er gazelle for femte gang i træk

■ Telemarketing

AF OSKAR LUND

»Det hele var ved at blive for kedeligt. Firmaet stod i stampe. Derfor satte jeg mig ned og forestillede mig, hvordan verden ville se ud om fire år. Det blev til en konkret og nedskrevet plan for den fremtidige vækst.«

Adm. direktør Karin Valeur skruer tiden tilbage til 2003, da hun tog skeen i den anden hånd og tog fat på at føre en drøm om ny vækst for sin virksomhed, Valeur Telemarketing A/S i Århus, ud i livet. Den virksomhed, som

hun havde grundlagt tilbage i 1992, og som hun stadig er enejer af.

»I den nye vækstplan satte jeg mig det meget ambitiøse mål, at omsætningen skulle firedobles i 2008. Det mål nåede vi allerede i 2007 – altså et år før forventet. Det siger noget om, hvor vigtigt det er for en virksomhed at sætte overliggeren højt og så arbejde hårdt på at nå målet, hvis virksomheden skal have en fremtid,« siger Karin Valeur.

Beslutning om vækst

Hun er overbevist om, at det først var, da hun havde taget beslutningen om at føre sin drøm ud i livet, at Valeur Telemarketing for alvor begyndte at vokse. Væksten har rent faktisk været så kraftig, at Århus-virksomheden i år er blevet kåret af Børsen som gazelle og dermed en af landets hurtigst voksende virksomheder for femte år i træk.

Dermed hører Valeur Telemarketing til en lille og meget eksklusiv kreds af gazeller.

I 2008 og 2009 gav Solidi-

tet A/S desuden Valeur Telemarketing en såkaldt AAA-rating, som er den højeste opnåelige kreditrating.

Karin Valeur er århusianer og har arbejdet med salg i flere brancher lige fra tæpper og offshore til stål og startbatterier med ophold i England, Vestjylland og Nordjylland, inden hun i 1991 vendte tilbage til Århus og året efter stiftede Valeur Telemarketing.

»Jeg husker også, at min revisor i midten af halvfemserne sagde til mig, at mit firma vist var beskæftigelsessterapi. Så han rådede mig til at lukke det. Men jeg ville det anderledes,« siger en stålsat Karin Valeur.

På medarbejdersiden er virksomheden også vokset – fra seks ansatte i 2003 til 28 fuldtidsansatte i dag. Valeur Telemarketing lever af at rådgive først og fremmest danske, men også udenlandske virksomheder inden for direct marketing, opsøgende salgsarbejde i Danmark og på eksportmarkeder samt mødeplanlægning mellem virksomheder og potentielle kunder.

»Vi arbejder inden for man-

ge forskellige brancher og tager os af alt opsøgende salgsarbejde, så sælgerne kan bruge tiden på at sælge og koncentrere sig om at få ordrer hjem,« forklarer Karin Valeur.

Ny bestyrelse

I samråd med en ny bestyrelse har hun allerede lagt en ny vækstplan. Den betyder blandt andet, at Valeur Telemarketing tager springet over Storebælt og etablerer eget kontor i København den 1. august 2011.

»Vi har allerede en del kunder i hovedstaden, men vi vurderer, at vækstpotentialet er endnu større for os, hvis vi har eget kontor i København og gør os mere synlige over for kunderne,« siger Karin Valeur.

Hun har også mærket finanskrisen og den efterfølgende økonomiske krise på sin egen forretning. I nogle brancher har kunderne været mere afventende og har skruet ned for blusset for at holde omkostningerne i ro.

»Men så har vi taget vores egen medicin. Forstået på den måde, at vi har haft eks-

tremit fokus på vort eget salg og har lagt planer om nye aktiviteter i mølpose. Men dem begynder vi nu at tage frem igen, fordi vi fornemmer, at krisen er ved at være ovre. Kunderne er begyndt at vågne op, og der er ved at komme gang i markedet igen,« mener Karin Valeur.

Trods krisen er Valeur Telemarketing vokset på top-linjen. Bruttofortjenesten steg med 12 pct. til 11 mio. kr. i 2009 fra 9,8 mio. kr. året før.

Det var nok til den femte gazelletitel i træk. Til gengæld faldt overskuddet før skat en smule til 2,6 mio. kr. fra 2,9 mio. kr. i 2008.

»Vi går efter at blive gazelle for sjette gang. Men det bliver ikke i 2011. For det kræver en vækst på 50 pct. i år, og det når vi ikke. Men åbningen af en afdeling i København kombineret med, at vi søsætter andre vækstplaner, som jeg ikke kan røbe endnu, får mig til at tro på, at vi ikke er blevet gazelle for sidste gang,« siger Karin Valeur optimistisk.

Hun er 55 år, men har ingen aktuelle planer om hverken et salg af sit livsværk eller et generationsskifte i Valeur Telemarketing. I hvert fald er det ikke planer, som hun har lyst til at fortælle om.

»Selvfølgelig skal man altid tænke på virksomhedens fremtid. Sammen med den nye bestyrelse har jeg lagt en ny vækststrategi frem til udgangen af 2014. Det er den, jeg er optaget af lige nu,« siger Karin Valeur.