



LOKALT DIGITALT SAMARBEID: Kim Lillebø, marknadssjef i Libra-Plast AS, held her fram mobilen sin – der han har opp Hareids-verksemda si nye nettside. Den er det mannen som står ved siden av han, Marius Ertesvåg – grafisk designar i Fantastiske Osberget – som har skapt. Samarbeidet mellom dei to lokale aktørane har resultert i ei nettlosning som mellom anna gjer at Libra har fått ein meir dynamisk kommunikasjon med kundane sine. FOTO: OLE-OTTAR KARLSEN HØGSTAVOLL.

• Libra og Fantastiske Osberget med lokalt digitalt samarbeid – har lansert ny nettside:

– Vi har skapt noko unikt saman

Sjølv om samarbeidet mellom dei to lokale aktørane tok til før koronapandemien kom, har covid-19-situasjonen påskunda og aktualisert nettlosninga Libra-Plast AS no har fått på plass.

– Det heile byrja i fjor, med at vi følte tida var moden for å modernisere nettsida vår. Noko ein bor gjere med jamne mellomrom, for å ikkje dette for langt bak, seier Kim Lillebø, marknadssjef i Hareids-verksemda Libra-Plast AS.

Han kontakta Marius Ertesvåg, grafisk designar i Ulsteinvik-verksemda Fantastiske Osberget, ein mann som har utvikla og forma ut mange nettsider for aktørar både her i regionen og andre

stader i landet dei siste åra. Og – dei fann raskt tonen.

– Etter kvart som vi byrja å kike på det saman, så såg vi at det å berre gje side eit «fjesløft» ikkje ville bringe Libra framover – sett i høve korleis dei kommuniserte med kundane sine, seier Marius Ertesvåg.

– Om eg kom med eit innspel, så jobba Marius så raskt at han kunne visualisere det på berre nokre minutt. Vi har hatt fleire veldig effektive arbeidsmøte, og saman har vi funne fram til ei heilskapleg løysing som vi er svært godt nøgde med, seier Kim Lillebø.

Det har handla om å kommunisere med kundane våre på deira premissar, og i størst mogleg grad legge til rette for at dei skal vere sjølvhjelpte

Kim Lillebø, marknadssjef i Libra-Plast AS

Filterfunksjonen, der ein først filterer ut produkta ein vil ha, og produktkonfiguratoren, der ein går meir i

fortel Kim Lillebø. Men han har ikkje det same inntrykket no, etter at den nye nettsida blei lansert.

– Hovudutfordringa vår i arbeidet med ei ny nettside var at vi driv med skreddarsaum. Ei dør er ikkje berre ei dør, og ei luke er ikkje berre ei luke. Med den nye filterfunksjonen og produktkonfiguratoren Marius har skapt til oss, kan kundane våre sitje hundrevis av mil unna og setje saman dører og luker akkurat slik som dei vil, og ikkje minst akkurat når dei vil – utan å tenke på tidsforskjellar. Både storleik, hengsleretning og brannklassar er ting som kundane no kan velje fritt mellom, direkte på nettsida vår. Det har handla om å kommunisere med kundane våre på deira premissar, og i størst mogleg grad legge til rette for at dei skal vere sjølv-

halde detaljar – er først og fremst ment for dei kundane som skal bestille ei og anna dør og luke. Den er ikkje ment for dei verkeleg store prosjekta – slik som nybyggprosjekt – der det er snakk om veldig mange dører og luker på eitt skip. Der er det framleis direkte kontakt med seljarane og ingeniørane i Libra-Plast AS som gjeld, fortel Lillebø.

– Desse funksjonane vil spare oss og ikkje minst kundane våre for mykje tid i arbeidskvarden. I staden for ei utveksling på kanskje ti-tju e-postar og telefonar fram og tilbake med ein kunde som vil ha éi dør, så vil vi no kunne avgrense talet på kontaktpunkt vesentleg. For Libra-Plast og kundane våre så er dette eit stort steg framover, seier Kim Lillebø.

– Ein ønsker å snevre inn moglegheitene. Kjøper ein til dømes joggesko på

Må halde tritt med tida
Merksemda til folk, spesielt når det gjeld bruken av nettet, blir kortare og kortare, seier Marius Ertesvåg. Nettopp difor handlar det om å gjøre ting så enkelt som mogleg. Mange av dagens nett-kundar har dessutan vaks opp med internett, og har blitt vande med å finne informasjon og vere sjølvhjelpte i stor grad.

Marius (29) og Kim (36) høyre på fleire vis til same generasjon – og når deira generasjon, dei unge vaksne – handlar på nettet, så byrjar ein ofta med å velje vakk alt ein ikkje vil ha. Men – dei aller fleste – i alle aldrar, har hatt ei oppleving med å kjøpe noko via nettet – ein eller annan gong.

– Ein ønsker å snevre inn moglegheitene. Kjøper ein til dømes joggesko på transformasjonen. Også for Libra-Plast AS.

– Eg er veldig glad i dag for at vi tok dette steget. Koronasituasjonen har på mange vis bekrefte ytterlegare kor viktig det er å ha ein optimal digital profil og tilgjengeleghet. Vi har gått frå å ha ein statisk kommunikasjon med kundane våre til ein dynamisk. Vi har gjort noko så komplisert som skreddarsaum meir forståleg for kundane våre. Vi har no moglegheit til å bruke heimesida vår aktivt i vårt eige salsesbid, og kommunikasjonen mellom seljarane våre og ingeniørane våre er meir strømlinjeinforma. Alt i alt har vi fått eit fantastisk verktoy, seier Kim Lillebø.

OLE-OTTAR KARLSEN HØGSTAVOLL
ole.ottar@vikebladet.no

ENKELT Å BRUKE: Her er ein skjermdump av den nye nettsida til Libra-Plast AS, designa av Fantastiske Osberget. Med ein filterfunksjon og produktkonfigurator er det mogleg for kundar som sit hundrevis av mil unna å setje saman dører og luker akkurat slik dei vil. FOTO: SKJERMADUMP/LIBRA-PLAST AS.

●● Eg vil gje honnør til Kim og Libra for å vere såpass forut for si tid. Dei vil gå føre som eit strålende eksempel på det å modernisere ein tradisjonell bransje

Marius Ertesvåg,
grafisk designar i Fantastiske Osberget



PÅ NOR-SHIPPING: Dette er eit bilde som ikkje er tatt i koronaprega 2020, men i 2019 – då Libra-Plast AS var med på tradisjonsrike Nor-Shipping. Akkurat dette arrangementet finn berre stad annakvart år – men mange andre messer rundt omkring i verda har blitt avlyst i år – som følgje av koronapandemien. Ein skulle kanskje tru at Libra-Plast AS si daglege drift også ville blitt råka hardt på grunn av pandemien, men Hareids-verksemda har klart seg godt trass i situasjonen. FOTO: LIBRA-PLAST AS.

● Rekordår for Libra-Plast AS i 2019 – gjer det skarpt også i 2020:

Rekordhøg ordrerreserve

Libra-Plast AS hadde rundt 170 millionar kroner i omsetning i 2019, noko som var ny rekord for Hareids-verksemda. Eit koronaprega 2020 ser også ut til å ende med gode tal.

– Vi har aldri produsert og levert så mange eininger som vi gjorde i fjor, seier marknadssjef i Libra-Plast AS, Kim Lillebø.

Verksemda, som eksporterer rundt 75 prosent av produktene sine, hadde med andre ord eit veldig godt år i 2019.

Så kom koronapandemien, og også i Libra var det i starten uro rundt situasjonen. Men – som mange andre leverandørar bedriver i regionen – har verksemda vore gjennom tøffe brottsjøar før.

– Vi har kome oss ganske

greitt gjennom dei ulike krisene som har ramma regionen, fordi vi er ein leverandør som leverer produkt til alle typar skip. Då offshoremarknaden fekk seg ein knekk som følge av oljekrisa frå 2014 og utover, så blei det bygd ekstra mange fiskebåtar og brønnbåtar – og andre typar fartøy, seier Kim Lillebø og held fram:

– Ein båt er ein båt – og alle båtar treng dører og luker. Difor kan vi levere, uansett kva som blir bygd – så lenge verfta har arbeid.

Sjølv om det i høgste grad er ei sanning at den lokale verftsnaeringa no slit igjen på grunn av koronakrisa, etter fleire år med omstilling som følge av oljekrisa – så er det ikkje sattinga si på luker.

– Det er ordrar som strekk seg fleire år fram i tid. Men, ein må høgse på at vi trass alt er ein leverandør som eigentleg opererer med ei leveringstid på seks til åtte veker frå mottatt ordre til levering. Det å ha ein så stor ordrerreserve er med

nødvendigvis så hardt råka som verftsnaeringa her på Nordvestlandet, seier Kim Lillebø.

Har gjort det godt så langt i 2020

Marknadssjefen fortel at Libra-Plast AS trass i koronapandemien har levert gode tal også hittil i år.

– Vi ligg om lag på same merke som i fjor etter første halvår, med tanke på omsetning. Det må vi seie oss godt nøgde med. Vi har i tillegg ein rekordhøg ordrerreserve, seier Kim Lillebø.

OLE-OTTAR KARLSEN HØGSTAVOLL
ole.ottar@vikebladet.no

andre ord ei stor tryggleik, seier Lillebø.

– Har trua på framtida

Som underleverandør er Libra-Plast AS eit stykke bak i hierarkiet. Når eit cruisereiarlag får det toft, og sluttar å kontrahere skip – så treff det først verfta, før det treff leverandørane med lange leveringstid – før det treff leverandørar som Libra-Plast, som har kort leveringstid.

– Vanlegvis har dei store krisene vore kortvarige i det lange løpet, og då har marknaden klart å hente inn igjen noko av det vakuumet som oppstår – før bølgja treff oss, seier Kim Lillebø, som avslutningsvis fortel at verksemda har styrkt satseringa si på luker.

– Vi har systematisert satseringa vår på loker i større grad – og har fått typesertifisert alt av mindre loker til skip hos DNV

● Ein båt er ein båt – og alle båtar treng dører og luker

Kim Lillebø, marknadssjef i Libra-Plast AS



FANTASTISKE OSBERGET: Verksemda held til på Geileneset i Ulsteinvik. Her ser ein dagleg leiar i Osberget AS, Magne Grimstad jr. og Hildegunn Welle, Art Director i Fantastiske Osberget. FOTO: PER EIIDE.

● Går meir frå design til innhald og det å vere synleg:

– Nye moment dukkar stadig opp

Utviklinga på nett går utruleg raskt, noko også Ulsteinvik-verksemda Fantastiske Osberget merkar godt.

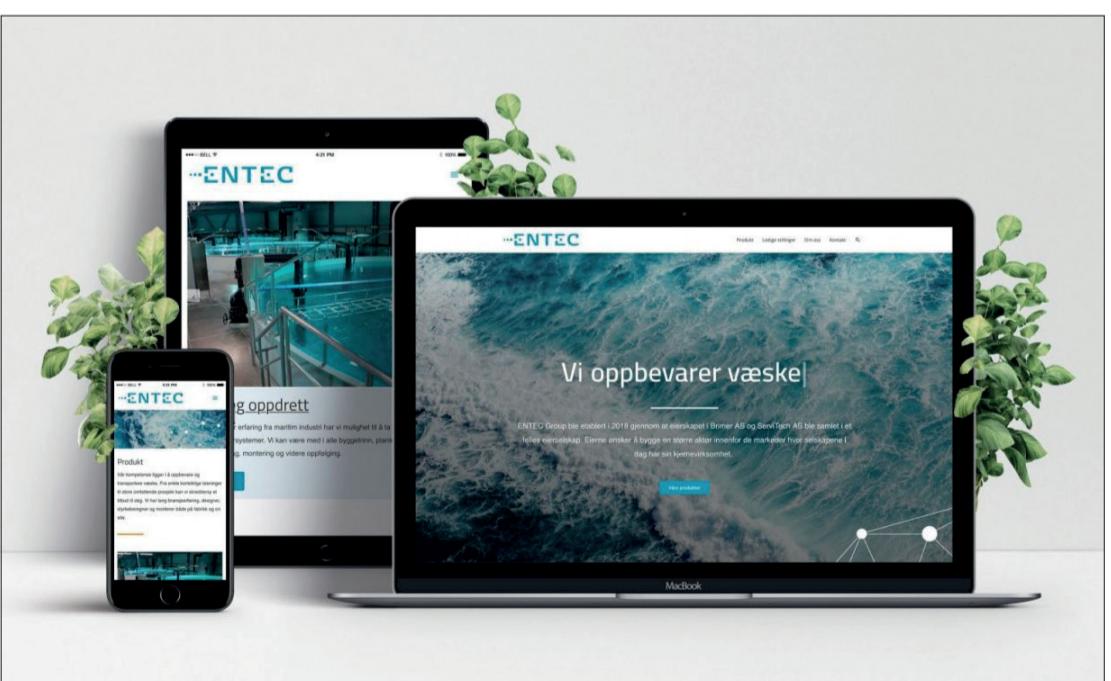
Må utnytte moglegheitene
Han seier at det å ikke utnytte moglegheitene innanfor annonsering og filtreringsfunksjonane til dei ulike aktorene – som til dømes Google og Facebook – kan vere fatalt for verksemdar som ønsker merksem på nettet.

– Om ein ikkje har fokus på slike ting i dag, så finst ein nesten ikkje. Der er mange som kjem til oss i dag og spør oss om vi kan hjelpe dei med å halde seg relevante, seier Ertesvåg.

Sett på spissen – Ertesvåg meiner ein kan sjå eit godt eksempel i tilfelle der til dømes Google forandrar på algoritmane sine.

– Då byrjar kundane å ringe oss. Det er jo positivt for oss, men naturlegvis utfordrande for kundane våre. Det viser berre at ein alltid må halde seg oppdatert, og det er jobben vår å hjelpe kundane våre med, seier Marius Ertesvåg.

– Det er så mange aktørar på nettet i dag, at det å skilje seg ut har blitt eit eige fagfelt i seg sjølv. Det å halde seg relevant,



LOKAL KUNDE: Fantastiske Osberget utvikla ny logo, profilhandbok og profileringsmateriale – i tillegg til ny nettside – for Entec Group. Verksemde Brimer, Servitech, Utbyggingssteknikk (desse tre fusjonerer) og Evotec – hører alle til under Entec Group-paraplyen. FOTO/GRAFIKK: FANTASTISKE OSBERGET.

Samarbeid over landsgrensene
Osberget har i over 15 år samarbeidd med utviklingselskapet Rasamax i Riga i Latvia. Selskapet har svært dyktige programmerar med universitetsutdanning og høg kompetanse innan nettløysingar. Rasamax har vore ein viktig samarbeidspartner for å utvikle dei nye nettsidene til Libra, seier Marius Ertesvåg avslut-

ningsvis.

OLE-OTTAR KARLSEN HØGSTAVOLL
ole.ottar@vikebladet.no