



Får man en upplevelsepresent glömmmer man det inte i första taget, menar Rikard Hilding på Live it

Boom för upplevelsepresent

Snart är det slut på gåvor som pepparkvarnar, termosar och grillset. Istället spås upplevelsepresenten en lysande framtid.

Minns du vilka julklappar du fick för snart ett år sen? Eller vad du fick i födelsedagspresent? De flesta gör inte det. I takt med att vårt välstånd ökar blir det allt svårare att hitta den perfekta presenten som ger intryck och berör, och som man minns. Det här har Live it tagit fasta på. Sedan företaget grundades 2005 har man gått från att vara en nykomling i branschen till att vara marknadsledande inom upplevelsepresenten.

9 av 10 vill ha upplevelse

Idag har Live it 26 medarbetare och omsätter över 40 Mkr. Framgångsfaktorerna är flera. Man har investerat i marknadsföring samt fokuserat på såväl bredd som paketering av upplevelsena. Man har satsat på geografisk spridning dvs att kunna erbjuda upplevelser över hela landet. Och sist men inte minst ligger man helt rätt i tiden. 9 av 10 personer vill idag helst ha en upplevelse säger Tomas Janson & Örjan Sjöling i sin bok 'Presenten. När var hur och varför'. En bekräftelse av det påståendet är också att en upplevelse utsågs till årets julklapp 2008 av Handelns utredningsinstitut.

Stort hos företagskunder

Fram till för något år sedan bestod Live it's kunder framför allt av privatper-

soner som köpte en upplevelsepresent till någon närstående. Idag är intresset stort också hos företagskunder.

–Vill man ha en ny GPS till bilen eller en ny pepparkvarn införskaffar man den helst själv, menar Rikard Hilding, försäljningschef på Live it, och förtydligar: –De flesta gåvor från företag är idag opersonliga och har ingen anknytning vare sig till avsändare eller mottagare. Får man istället en upplevelse där man får göra något man verkligen vill göra, glömmmer man det inte i första taget. Live it arbetar inte enbart med upplevelsepresenten till jul och högtid. Övriga affärsområden är företagsevents, lojalitetsprogram (SJ Prio, Visa m.fl) samt motivationsprogram, det sistnämnda ett affärsområde på kraftig frammarsch.

Individanpassad premie motiverar mer

–Genom att aktivt arbeta med att motivera personalen skapar man bättre förutsättningar för att ändra beteende och inställning, säger Rikard som också påpekar att motivationen är en drivande faktor att påverka lönsamheten positivt.

–Tittar vi utanför våra landsgränser är upplevelser en vanligt förekommande premie för att öka motivationen hos anställda. Men för att lyckas

skapa en ökad motivation hos en person, måste man veta vad som driver just den personen. Din dröm skiljer sig oftast från din kollegas. Du kanske drömmer om att äga en Ferrari över en dag, medan din kollega skulle vilja tillbringa ett veckoslut på en fin herrgård. Därför måste premien vara individanpassad, annars tappar det sin verkan. Du presterar knappast bättre om du kan få en EU-moped som premie, om du inte vill ha en moped. Men om du däremot vet att din kollega länge drömt om att flyga ett flygplan kan jag garantera att din kollega kommer att göra sitt yttersta för att nå målet, som gör det möjligt att bli den där piloten, fastslår Rikard.

Motivationsprogram är idag vanligt förekommande inom främst säljorganisationer men Rikard menar att det går att motivera medarbetare på samma sätt hos alla typer av företag. Som exempel anger han kundtjänst där man kan premiera svarsfrekvens, tekniker som kan premieras för antal utförda installationer och hantverkare som har mimimerat antalet reklamationer.

–Det viktiga i ett motivationsprogram är att medarbetaren känner sig delaktig i framtagandet av målet som ska uppnås och att det är nåbart, mätbart och förankrat, menar Rikard och avslutar med att konstatera: –Motiverade människor uppnår sina mål. Och uppnådda mål ger lönsammare företag.

Julerbjudande från Live it

Ge dina anställda en upplevelse värd 450 sek. Betala endast 350 sek.

Ger anställda möjlighet att välja bland 20-tal upplevelser. Vid beställningar av mer än 50 upplevelser kommer tomten själv och levererar boxarna till ditt företag (gäller Sthlm). Läs mer på Liveit.se

Företagsfakta

Företag: Live it Experiences AB
Verksamhet: Marknadsledande inom upplevelsepresenten i Sverige.

Etableringsår: 2005

VD: Jonathan Kirby
Kontor: Ringvägen 55
Postadress: Box 17176,
104 62 Stockholm
Tel: 08 - 120 182 00

Hemsida: www.liveit.se
E-post: rikard.hilding@liveit.se