



20-06-2013 15:47 CEST

- Derfor bruker vi 50 millioner på å bli enda bedre

Elkjøp la nylig frem tall som viser at nordmenn i stadig større grad trykker kjeden til sitt bryst. Møt damen som sørger for at bra ender opp som enda bedre.

En av Elkjøp-konsernets absolutt største satsningsområder er videreutdanning, kursing og opplæring av mennesker som allerede er i organisasjonen.

Ja, faktisk bruker Elkjøp over 50 millioner kroner hvert eneste år på programmer knyttet til dette og gjennom *Elkjøp Academy* får alt fra varehusmedarbeidere til konsernledelsen påfyllet de trenger til å bli enda bedre.

Mange påstår sågar at *Elkjøp Academy* er bransjens mest omfattende program for opplæring!

De siste årene har det vært økt fokus hos Elkjøp med tanke på hvordan kjeden opptrer generelt og hvordan alle i organisasjonen konkret foretar arbeidsoppgaver.

Selvsagt er den folkekjære kjeden også obs på marginer og resultater, men det er innsatsen som skaper resultater og den tankegangen gjennomsyrrer nå så å si alt Elkjøp gjør.

Kjedens *Nordic People Development Manager*, Gudrun Kvisle, ble nylig intervjuet av [nettstedet HegnarKvinner](#) om arbeidet hun gjør for Elkjøp-konsernet knyttet til oppæring.

Der ble hun blant annet spurt om hvor viktig opplæringsprogrammet er med tanke på de solide økonomiske resultatene Elkjøp har hatt de siste årene.

Nylig la kjeden frem tall som viste rekordomsetning for fjerde år på rad.

- Jeg mener Elkjøp Academy er en god bidragsyter til resultatet. Elkjøp har satset på utdanning av de ansatte fordi de tror på at fremtiden handler mer og mer om menneskeorienterte ledere. Før var vi mest opptatt av resultater. Nå har vi fokus på prestasjonene og innsatsen som leder frem til disse resultatene, var blant det Kvisle sier i intervjuet.

Hun blir også spurt om hun hvordan hun tror kundene i de ulike varehusene merker Elkjøps fokus på prestasjoner og innsats.

- Kunden i dag er svært bevisst, og vet hva den vil ha. Derfor er det ikke vår oppgave å bestemme på kundens vegne. Vi ønsker i stedet å finne den beste løsningen. Gjennom dette bygger vi en langsiktig relasjon, var svaret fra Kvisle.

Kvinnen bak opplæringsopplegget fikk også understreket hva som er konsernets aller viktigste del - nemlig de ansatte.

- Vi anser medarbeiderne våre som vår viktigste ressurs, og jeg tror mange av den grunn føler seg sett og ivaretatt. Vi har et godt samhold, sa Kvisle.

[Du kan lese hele intervjuet med Gudrun på HegnarKvinner her](#)

Elkjøp er et av Nordens største handelsforetak innen forbrukerelektronikk og elektriske husholdningsapparater, og omsatte for NOK 26,2 milliarder i regnskapsåret 2012/13. Driftsresultatet var NOK 1.100 millioner. Konsernet har etablert detaljistvirksomhet i Norge, Sverige, Danmark, Finland, Island, Færøyene, Tsjekkia og Slovakia, med hovedforankring rundt

stormarkedskonseptet. Alle de 285 varehusene i Norden får i hovedsak sin vareforsyning fra egen distribusjonsvirksomhet, med sentrallager i Jönköping på 100.000 kvadratmeter. Ca 7.000 ansatte er sysselsatt i Elkjøp-konsernet, som er eid av britiske Dixons Retail, en av Europas største forhandlere innen forbrukerelektronikk.

Kontaktpersoner



Madeleine Schøyen Bergly

Pressekontakt

Kommunikasjonssjef, Elkjøp Norge

madeleine.schoyen@elkjop.no

95 70 35 97



Kundeservice

Pressekontakt

hello@elkjop.no