

ENTREPRENÖR

Redaktör: Mats Brohagen, mats.brohagen@di.se

Varje dag om små och medelstora företag

■ Vad vill du läsa om på Di Entreprenör? Tipsa oss, entreprenor@di.se
■ 08-573 650 00



TRIO MED IDÉER. Olof Lorentzon, Jacob Nordwall och Fredrik Jung Abbou har startat flera företag, det senaste är Kraftum som erbjuder prisjämförelse och byte av elavtal för både privatpersoner och företag. FOTO: ANDERS LOVGREN

Nystart på nolttid

Snabba ryck när serieföretagare lanserade ny sajt

STOCKHOLM

Fredrik Jung Abbou, Olof Lorentzon och Jacob Nordwall står bakom Kraftum, som hjälper elanvändare att hitta billigare elavtal.

Här berättar de för Di om hur det gick till när deras senaste företagsbygge tog steget ut på marknaden.

”99 procent av företagen räknas till små och medelstora. Ändå är det en anonym grupp som elbolagen har åsidosatt. De är mest intresserade av att skriva avtal med privatpersoner och riktigt stora företag. Vi vill hjälpa de mindre företagen att få bättre avtal genom att jämföra elbolagens priser med varandra.”

Det säger Jacob Nordwall, vd i Kraftum, när han ska beskriva bolagets affärsidé.

Hög tillgänglighet på nätet, och marknadsföring som bygger på att kunden gör

ett klokt val och får mer värden, är viktigt för Fredrik Jung Abbou, Olof Lorentzon och Jacob Nordwall.

Startat många sajter

I olika konstellationer har de varit med och startat bland annat Mypix.se, Lendo.se, Guso Närmedia, Babygruppen.se, Stockpicker.se, Mama-kiakurser.se och nojnoj.se. Det är allt från fototjänster till föräldrautbildningar, låneförmedling och aktiehandel.

De fick inspiration till Kraftum av den ständigt väx-

ande jämförelsemarknaden som kommit långt i bland annat England och USA, och som ofta vänder sig till privatpersoner. Elavtal är ett av de områden som går att jämföra. ”Vi riktar oss till både privatpersoner och företag, och vi såg snart att just företagsmarknaden var helt obearbetad, så där är vi unika. Vi har fått med drygt 20 elbolag, däribland de största, och hittills har några hundra företag använt tjänsten. Vår intäkt ligger i provision från elbolag som får nya kunder via oss”, säger Fredrik Jung Abbou.

Enkel översyn

Ännu har de inte blivit rika på sin affärsidé. Men tjänsten har snabbt visat sig fungera väl och antalet företag som provar den ökar stadigt.

”För kunderna är det egentligen inte så mycket att tveka över. Den företagare

som vet vad elpriset på befintligt avtal är kan både enkelt och gratis använda tjänsten och se hur mycket pengar det går att spara genom att byta till ett billigare elavtal”, säger Jacob Nordwall.

Trion sitter inte helt oövertygat och funderar på nya affärer inom bolaget. Men de befinner sig i en mycket snabbväxande del av näringslivet och det gäller att agera snabbt för att hinna med.

Många "copycats"

”Vissa är snabba att kopiera och imitera andra idéer, har startklara team bakom sig, nära till finansiering, goda nätverk och örat mot marknaden. Det är en trend att dessa företag som kallas för "copycats" eller "clones" ökar i antal. Ett exempel är alla rabattkupongföretag som dykt upp bakom Groupon”, säger Fredrik Jung Abbou.

Företag som Spotify och Skype hyllas inte helt oövertygat av Kraftumtrion, för deras förmåga att låna lite från andra, men addera så mycket eget att hela affärsidén ändå blir unik.

Snabbt starta företag

”Det är spännande när man kan bygga ut enkla affärsidéer så att de blir globala, som bokningstjänsten Hotels.com där det går att hitta hotell i vilken del av världen som helst. Jag använde den ett flertal gånger vid min senaste utlandsresa”, säger Jacob Nordwall.

Avslutningsvis konstaterar de att det aldrig har varit enklare att bygga, testa och starta företag. En e-butik kan gå så snabbt som två dagar att få i gång.

ANDERS LOVGREN
anders.lovgren@di.se
070-300 37 19

Di FAKTA

Så byggdes Kraftum

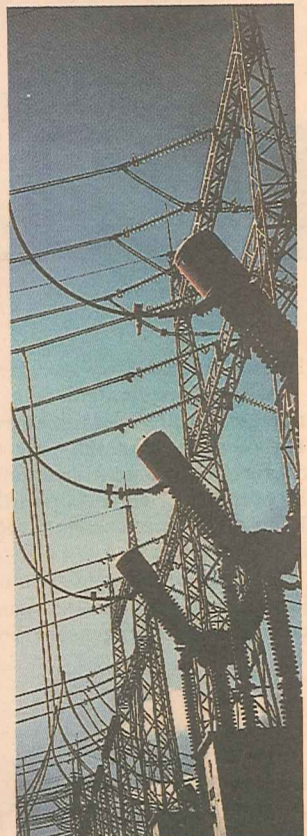
■ **Start för ett år sedan:** Trion hade intresserat sig för jämförelsebranschen och tidiga skisser till hur Kraftum skulle se ut fanns. En helg samlades de i Trosa och fastslog en affärsplan.

■ **Marknadsundersökning:** De satte sig att ringa elbolag för att pejla intresset för att vara med och låta sig jämföras, och fick både positiv och negativ respons. Samtal till företag och personer i bekantskapskretsen styrkte dem i tron på affärsidén.

■ **Igångsättning:** De besökte de största elbolagen och skrev samarbetsavtal, hittills med drygt 25 av dem. Efter en mindre upphandling av tekniktjänster kunde en hemsida och teknisk plattform tas i drift. Försäljning mot privatpersoner startade sommaren 2010 och mot företag i februari i år. Startkostnader för Kraftum har varit 2,5 Mkr.

■ **Försäljning:** Efter två månader har några hundra företag använt sig av tjänsten. På privatsidan har de haft 15 000 kunder. I år beräknas omsättningen bli 7 Mkr.

■ **Framtid:** För att hinna med försäljningen tar Kraftum ibland in extra personal. Förhoppningen är att bli riktigt etablerade och ha en kundtjänst som sköter försäljning och support.



VERKAR FÖR PRISET. Kraftums nya sajt ger överblick över elpriserna.

FOTO: M.HJALMARSON NEIDEMAN