

# Vejen til milliarden går gennem salgstræning

AF KASPER KRONENBERG

Endnu har den 19-årige Clark Birkelund lang vej, før han kan måle sin succes med Finn Helmer, der for nogle år siden solgte sin virksomhed Giga for ca. 10 mia. kr. til amerikanske Intel. Men selvom sidste års vinder af Young Enterprise-finalen i Danmark, Clark Birkelund fra Esbjerg, i dag fortsat måler sin månedlige omsætning i niveauet omkring de 50.000 kr., så eksisterer muligheden altid for, at han kan blive den næste dansker, der indkasserer et ti-cifret beløb for sin virksomhed. Finn Helmer talte ad to omgange i Industriens Hus i København i forbindelse med finalerne i Young Enterprise, og han gjorde det helt klart for de unge, at mulighederne for at skabe en stor succes er derude.

»Der er SÅ mange huller derude i markedet, der er SÅ mange muligheder for, at I kan opbygge jeres egen virksomhed,« siger Finn Helmer. Han advarer samtidig de unge håbefulde iværksættere mod aldrig at glemme vig-

tigheden af at kunne sælge. »I må aldrig overse, at det er markedet, der suverænt bestemmer. I skal lære at lytte til markedet, og så skal I lære at sælge. Det er ufattelig vigtigt,« siger Finn Helmer, der selv i en ganske ung alder viste forrygende evner som sælger for Texas Instruments, der bl.a. laver lommeregnerne. Han har aldrig fortrudt, at han dengang lærte nogle helt basale salgsteknikker, som han den dag i dag tilskriver en stor del af æren for, at det er gået ham så godt.

## Fem teknikker

»Det er fem simple teknikker, man skal lære. Det kan læres på nogle ganske få uger, men det er utrolig vigtigt, at man kan sælge sine produkter, og netop den evne er der mange iværksættere, der glemmer,« siger Finn Helmer.

Han opfordrer også de unge til altid at tænke i et internationalt perspektiv, det går ikke, at de ser vejen fra København til Vestjylland, når de tænker på deres marked. Han vil have dem til at



FOTO: MAGNUS HOLLER

tænke fra København og hele kloden rundt den anden vej over til Vestjylland.

»Og på det internationale marked, der vender udviklingen hele tiden. Derfor skal I hele tiden lytte til jeres købere, hvad er det, de vil have, og så være indstillede på at sadle om, når markedet vender,« siger Finn Helmer.

Han har det tilfælles med den 19-årige Clark Birkelund

fra Esbjerg, at han har været gennem perioder i sit liv, hvor det har været småt med lyspunkter, og hvor milliardomsætning var et begreb, der ikke engang kunne finde vej til selv fantasiens yderste afkroge. Clark Birkelund har siddet og kedet sig i et lokalt supermarked, hvor han ikke fandt den store inspiration i at køre varer igennem kassen.

Den ingeniøruddannede Finn

*To generationer af iværksættere mødtes i forbindelse med Young Enterprise-finalerne i København. Her er det Clark Birkelund fra Esbjerg, der sidste år vandt den danske Young Enterprise-finale, og Finn Helmer, der blev kendt, da han for nogle år siden solgte sin virksomhed Giga for ca. 10 mia. kr. til Intel.*

Helmer oplevede på et tidspunkt at komme ind i en iværksættervirksomhed, der lukkede ned blot tre uger efter, at han var startet. Men begge fandt de en vej ud af modgangen, og på hver deres vis kom de tilbage for fuld kraft. Clark Birkelund vandt sidste år Young Enterprise-konkurrencen.

»Det har været hårdt arbejde, men jeg har hele tiden

haft lyst til at gøre en forskel, og i dag er jeg selvstændig erhvervsdrivende,« fortæller Clark Birkelund, der i dag har sin far ansat i sit webfirma, hvor der er så travlt, at han snart skal bruge en medarbejder mere.

## Overvandt modgang

Finn Helmer overvandt sin modgang ved at starte en ny virksomhed op, som dog til at starte med ikke gav nok overskud til, at han kunne betale sin gæld, så han måtte tage et arbejde ved siden af jobbet som selvstændig. Og efter flere virksomhedsstarter fik han for alvor tur i den med Giga, der som nævnt blev en gigantisk succes.

»Jeg tror, at en af grundene til vores succes var, at vi altid sørgede for, at kunderne betalte i forvejen for de produkter, som vi udviklede til dem. På den måde tjente vi altid penge og var hele tiden sikre på, at vores produkter var præcis det, som kunden stod og manglede,« fortæller Finn Helmer.

kasper.kronenberg@borsen.dk