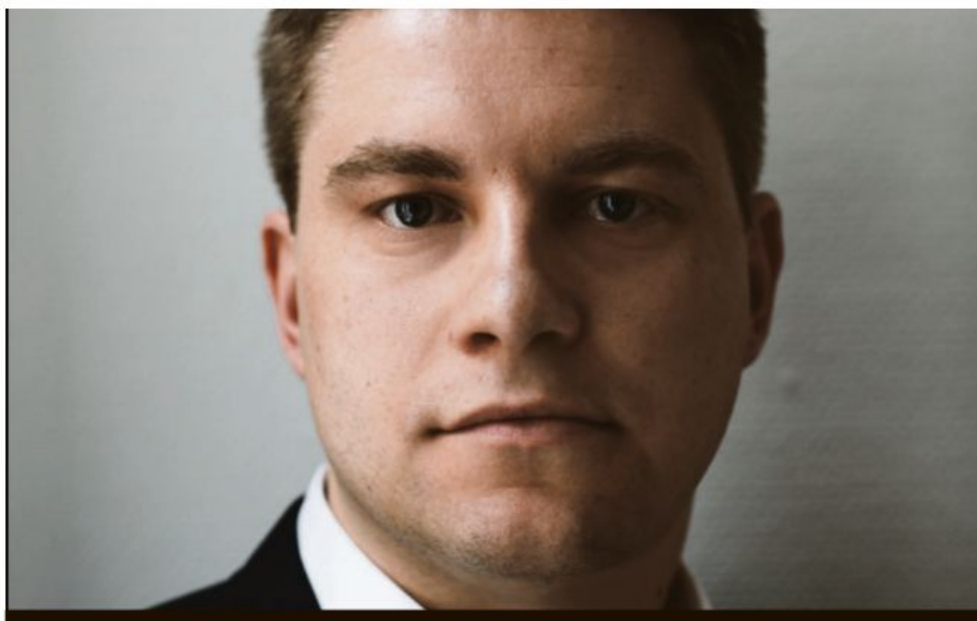


EJENDOMS**PROFILER****MANDEN** MED DE GODE NYHEDER

BLÅ BOG: SIMON SKOU ANDERSEN,
ADM. DIREKTØR I OLINE.DK

ALDER: 35 ÅR

KARRIERE:

Cand. Merc. i Innovation and Business Development fra CBS. Udviklingschef i Cybercity 2007. Markedschef i Telenor 2009. Head of Market i CBB Mobil 2011. Head of Oister Mobil 2014. Adm. direktør i Oline.dk fra 1. marts 2016.

PRIVAT:

Kæreste med Mie og har datteren Nikoline på 3 år. Bor i Emdrup i det nordlige København.

Simon Skou Andersen skal som ny direktør i Oline.dk gøre mæglerens egen portal for salg og udleje af ejendomme markedsledende. Det skal ske i skarp konkurrence med nye aktører. Til gengæld har han medvind fra et ejendomsmarked, hvor der omsider er fald i tomgangen.

AF STEN THORUP KRISTENSEN

For en ny direktør er det altid bekvemt at kunne begynde med at fortælle gode nyheder. Og sådan en bekvemmelighed er tilfaldet Simon Skou Andersen, der siden 1. marts har være i spidsen for Oline.dk: Tal, som selskabet offentliggjorde i sidste uge, viste en markant fremgang for et af de nøgletal, der interesserer ejendomsbranchen allermost – nemlig tomgangen i kontorlokaler. På landsplan er den faldet med et procentpoint over det seneste år.

Oline.dk opgør blot tallene og kan selv hverken gøre fra eller til i henseende til, hvordan de udvikler sig. Men fremgangen på markedet gør det nemmere at lykkes med den udvikling af portalen, som man sigter efter.

"Det er altid at positivt at have medvind på cykelstien, forstået på den måde, at der er øget interesse for både leje, udlejning og investeringer. Vores nye strategi er nødvendig uanset hvilken situation, vi har

lige nu. Men udviklingen giver da mod på fremtiden," siger Simon Skou Andersen.

Den strategiske udfordring for Oline.dk er, at internettet også på markedet for erhvervsjendomme nu for alvor viser sin betydning. Både ejere og lejere forventer at kunne finde informationer om markedet på nettet, og det har bragt nye konkurrenter, som Lokalebasen.dk og Virksomhedslokaler.dk, på banen.

Det er altså ikke længere nok for den mæglerjede virksomhed at forlade sig på sit stærke netværk og sine ejendomsfaglige kompetencer. Simon Skou Andersen er hentet ind fra telebranchen for at styrke kompetencerne i henseende til tilbyde et optimalt, digitalt produkt.

"Jeg har senest været ansat i Oister, hvor opgaven var at konvertere forbrugernes kendskab til flere kunder og at skabe gode oplevelser for dem. Det er nogle af disse elementer fra online-verdenen, jeg har taget med til Oline.dk. Vi er endnu en lille organisation, men vi har en ret ambitiøs vækststrategi, og det er den, jeg er sat ind for at

udforme og eksekvere," fortæller Simon Skou Andersen.

"Helt grundlæggende er der et potentiale. Folk bruger i stigende grad nettet til at søge oplysninger, som vi også ser det i for eksempel bilbranchen, i rejsebranchen og på boligmarkedet. Ser man ud i Norden, har mæglerne bag den markedsførende portal Finn.no i Norge konkluderet, at det er vigtigt også at have styr på denne del af værdikæden. Det skal vi også have i Danmark. Det gør vi ved at fokusere på brugeroplevelsen på selve portalen og ved at skabe mere trafik, så mæglerne både kan markedsføre konkrete lejemål og ejendomme og styrke deres image mere generelt," fortsætter han.

Den større trafikmængde skal blandt andet komme ved, at nye elementer og informationer bliver lagt på hjemmesiden, og ved at man udnytter de store datamængder, man er i besiddelse af, til at skabe interessante statistikker.

Simon Skou Andersen har brugt de første måneder i Oline.dk på dels overdragelsen fra den tidligere direktør Jesper Storm Hansen,

dels at sætte sig ind i ejendomsbranchen. For det er desværre ikke så nemt, at den uden videre passer ind i samme skabelon som de store brancher, der er rettet mod hr. og fru Danmark. Det er ikke noget tilfælde, at online-udviklingen har været langsom, når det gælder formidlingen af erhvervsjendomme og – lokaler.

"Antallet af transaktioner er relativt lav på erhvervsjendomsmarkedet. Men brugerne, det vil sige virksomheder og investorer, søger stadig et overblik over, hvad der bliver udbudt, og hvad prisniveauet er, således at de kan sammenligne. Ser man nogle år frem, vil det under alle omstændigheder være sådan, at brugerrejsen vil starte digitalt. Dem, som vinder, vil være dem, der evner at facilitere denne del af processen. Når brugerne så har fundet nogle interessante emner, som de gerne vil være mere konkrete på, kommer ejendomsmæglerens kompetencer i spil," siger Simon Skou Andersen, der oplyser, at Oline.dk i modsætning til sine konkurrenter ikke har internationale ambitioner.