

Claus Løfberg Jørgensen



GENEREL PROFIL

Claus har igennem de sidste 15 år arbejdet på topleder niveau i internationale virksomheder. Claus's styrke ligger indenfor generel organisationsudvikling, coaching af ledere samt strategiarbejde på direktion, salg og marketing både indenfor vækst samt kundefastholdelse. Claus har ligeledes medvirket både som coach, strategipartner indenfor vækst samt turnaroundstrategier.

Claus har som konsulent og leder arbejdet på både direktions og operationelt niveau i forskellige organisationer og haft projektansvaret lige fra udarbejdelse til implementering af diverse projekter. Et andet af Claus's forcer er teamudvikling hvor fokus primært har været at sikre den rette sammensætning samt opnå forståelse og indsigt i det enkelte teammedlems styrke og udfordringer. I tillæg har en stor del af Claus's arbejde været individuel coaching og praktisk sparring med ledere på forskelligt niveau..

Personlig arbejdsform

Claus er præget af sit tidligere virke som virksomhedsleder for virksomheder med mellem 30- 120 ansatte. Claus er resultatorienteret og arbejder meget på det strategiske niveau, men ønsker, at være en del af det team der skal få projektet/planen til at virke efter endt implementering. Han er en åben og ligefrem person som har stærke kvaliteter indenfor people leadership og tilsikre at alle relevante parter arbejder begejstret for at skabe succes med projektet. Kommunikationsformen er direkte og ganske uformel.

TEORETISK BAGGRUND

Uddannelse

Eksportøkonom med speciale i salg og marketing
YMP fra INSEAD i Frankrig

Certificeringer

People Test System
NLP Business Coach

Relevante kurser & konferencer

Salgsteknikker
Change management kursus fra American Express
Situational Leadership kursus fra American Express
Præsentationsteknik

Arbejdssprog

Dansk, Svensk, Norsk, Engelsk

Teknologier

Har arbejdet med Microsoft, Lotus Notes

KARRIEREFORLØB

Ansættelser/virksomhed

Januar 1989 – December 1991

Dun & Bradstreet A/S, Konsulent

Januar 1991 – December 1993

Chefkonsulent, Dun & Bradstreet A/S

Januar 1993 – December 1998

American Express Int, Salg & marketingdirektør

Januar 1998 – September 2006

American Express Business Travel A/S, Adm. direktør

September 2006 – Februar 2007

Gouda Rejseforsikring, Nordisk direktør

Februar 2007 – November 2008

MakeUsGreat & IPTeams(juli 2008) - Konsulent

December 2008 –

Associeret konsulent IPTeams

Løste projekter/opgaver

9 måneder - igangværende

Walt Disney, Teamudvikling og testvurdering af salgsteam samt ledelsen, organisationsudviklingskonsulent

Walt Disney's salgsafdeling havde et ønske om at gennemgå og evaluere deres team, da teamet var en blanding af ny ansatte samt ældre medarbejdere. Hensigten var at få skabt et nyt velfungerende team som skulle have fælles referencerammer samt forståelse for forandringer og accept af disse. Der var fra ledelsens side et ønske om at få evalueret samtlige teammedlemmer gennem brug af testværktøjer og herefter foretage individuel og samlet tilbagemelding til den ansatte samt ledelsen.

Claus fik ansvaret for hele projektet fra test, tilbagemelding til afholdelse af teamdage hvor teamet udarbejdede deres fælles referencerammer og spille regler overfor hinanden. Efter teamdagene blev der afholdt individuelle evalueringssamtaler samt teamopfølgning efter 6 måneder for at sikre fuld implementering.

6 måneder

Stila A/S – Udvikling af individuel lederkursus for mellemledere – undervisning og udviklingskonsulent

Claus fik ansvaret for at udvikle et lederkursus for alle mellemledere i Stila A/S. Opgaven var, at Stila ønskede at implementere deres værdisæt og forståelsen af dette i udviklingen af deres ledere, da Stila samtidig ikke havde uddannet deres mellemledere i generel ledelse valgte de, at give Claus hele projektet. Projektet omfattede at inkorporere værdisættet i et grundforløb for nye ledere eller ledere der ikke havde været på grundlæggende lederuddannelse.

Claus udarbejdede uddannelsesmateriale og inkorporerede Stila's værdisæt i kurset. Herefter afholdt Claus individuelle kurser med den enkelte mellemleder.

Resultatet var at de enkelte ledere efterfølgende har fået en mere ensartet ledelsesfacon, værdisættet er blevet en "levende" faktor i lederskabet, samt at alle ledere nu har ensartet værktøjer til brug for deres lederskab (ensartet MUS materialer, samme metoder til konflikthåndtering og indgående viden om kommunikation).

2 måneder

Coaching af leder som var afskediget

Claus fik opgaven at coache en leder som indenfor de sidste to år var blevet afskediget tre gange. Klientens mål var at få afklaret om hans personlighed havde noget at gøre med afskedigelserne. Klienten var af den opfattelse at hans faglighed var i orden og derfor måtte afskedigelserne have noget at gøre med hans personlighed.

Udgangspunktet var 5 samtaler, resultatet er at klienten i dag sidder som chef i en større dansk koncern og er ganske afklaret med de områder af personligheden som der skal justeres i forskellige sammenhænge.

2 måneder

Walt Disney A/S - Coaching og ledersparring med afdelingschef

Opgaven var en forlængelse af teamudvikling af salgsteamet hos Disney. En af lederne havde en række forskellige udfordringer som primært handlede om sin ageren og sin forventning blandt medarbejderne i teamet. Modellen for samarbejdet var en blanding af konkret coaching samt ledersparring omkring de ledelsesmæssige aspekter for personen

4 måneder

American Express Card - Opbygning af salgsorganisation samt udarbejdelse af 6 måneders salgs og aktivitets plan, Salgsstrategi arbejde og rekruttering af medarbejdere og leder

American Express havde tilbagekøbt rettighederne til firmakortudstedelse i Danmark fra Danske Bank og igangsatte et projekt hvor man indenfor en kort tidsramme 4 måneder ønskede, ønskede at få overblik over mulige afsætningskanaler for dele af produktporteføljen, samt overblik over marketingmuligheder. I tillæg skulle der ansættes 4 medarbejdere herunder en leder til afdelingen. Claus fik opgaven som konsulent at udarbejde strategien for selskabet samt sikre rekruttering af relevante medarbejdere.

Opgaven blev gennemført og afsluttet indenfor aftalt tid.

2 Måneder

Danish Eyewear – Udarbejdelse af Business plan samt facilitator på strategiseminar - Strategiudvikling og underviser

Claus blev bedt om, at være projektleder i udviklingen af en business plan som havde til hensigt at skabe overblik og viden om de forskellige markeder hvor Danish Eyewear afsæt-

ter sige produkter, i tillæg var målet at få skabt en konkret prioritering af indsatsområderne for de næste 2 år.

Opgaven var dels undersøgelser af markederne og data indsamling, samt evaluering af Danish eyewears egne styrker for at kunne opnå de ønskede resultater. Efter undersøgelsesfasen og afrapportering til ledelsen, afholdtes et to dages strategiseminar, hvor Claus´ s opgave var at facilitere og styre diskussionen hen imod målet at få skabt en brugbar businessplan.

Efter endt seminar blev opgaven afleveret til direktionen.

Ansvarsområder og væsentlige projekter ifm. ansættelsesforhold

Januar 1996 – Januar 2006 – Adm. Direktør American Express

Ledelsesmæssige udfordringer: At udarbejde en bæredygtig strategi for et nystartet selskab i Danmark. Primært indhold i strategien var:

- Udarbejdelse en salgs og marketing strategi som ville sikre en kraftig vækst
- Sikre stor PR opmærksomhed omkring American Express fro at skabe Brand knowledge
- Sikre at hele organisationen kunne følge med og var en integreret del af hele strategien

Resultatet: American Express havde årlige vækstrater på ca. 60 % , en voksende medarbejder stab med uddelegeret ansvar og, da Claus forlod selskabet i 2006 var der 75 ansatte og en placering som det fjerdestørste erhvervsrejsebureau i Danmark.

Strategimæssige udfordringer: Nordisk og Dansk turnaround

I 2000 og 2001 oplevede rejsebranchen et dramtisk fald i indtjening og omsætning, primært grundet 2 forhold, terrorangrebet i New York samt at indtjeningsgrundlaget som normalt var baseret på luftfartsbranchens provisionsbetaling til rejsebureauerne blev fjernet.

Udfordring: At skulle deltage i lukningen af 80 lokale rejsebureaukontorer samt definere en ny strategi for indtjening.

Arbejdet stod på i ca. 2 år og betød blandt andet konsolideringsarbejde af kontorer, håndtering af medarbejdere, definere ny samarbejdsstruktur mellem de tilbageværende bureauer samt ikke mindst sikre en høj motivation blandt de tilbageværende medarbejdere. For at sikre fremtidig indtjening var Claus med til at udarbejde og implementere en ny strategi for indtjening. Arbejdet bestod i en revurdering af en hele servicekonceptet for at vise hvilke værditilførsler man gav sine kunder. Arbejdet var lige fra udarbejdelse af salgsmateriale, marketing strategier samt sikre sammenhæng og forståelse i hele organisationen omkring projektet. Slutteligt var den største del af projektet, at levere det til markedet og få kunderne til at acceptere betaling for ydelser som de hidtil ikke havde gjort

I denne periode lærte Claus det praktiske omkring de faktorer der gør sig gældende ved kraftige turnaround projekter, lige fra de menneskelige faktorer samt de mere operationelle og strategiske tiltag der skal til for at gøre en proces succesfuld

Januar 1993 – Januar 1996 – Salgs og Marketing Direktør American Express

Ledelsesmæssige udfordringer: Opgaven var at relancere American Express Card på det danske marked.

Strategimæssige udfordringer: Opgaven var at relancerer kortet i Danmark efter at man havde lukket kortet ned i 1987. Projektet blev angrebet ved at definere en Channel Management strategi samt opbygge en brugbar kampagne plan.

Udfordringer: I projektet fandt vi gennem undersøgelser ud af, at omkostningerne ved at lancere kortet og opnå en position på markedet var for store i forhold til hvad vi kunne bringe af indtjening, derfor tog projektet en anden drejning som gik i retning af at sælge virksomheden.

Arbejdet bestod meget af analyse arbejde for slutteligt at ende med ovenstående forslag som resulterede i at der blev forhandlet med Danske Bank som endte med at overtage kortet.

I dette arbejde fik Claus en stor indsigt i de mekanismer der gør sig gældende omkring relancering af produkter der både henvender sig til BTC samt BTB. Den erfaring Claus har taget med sig som konsulent er samspillet mellem shareholder value og de lokale ønsker om at drive en international virksomhed lokalt.