



Ett omfattande projekt: Två varumärken blir ett

Försäkringsbolaget Folksam har framgångsrikt, i mer än 100 år, erbjudit attraktiva försäkrings- och tjänstepensionslösningar. Detta har skapat trygghet för många människor, och som en del av att säkra fortsatt framgång förvärvade Folksam för fem år sedan ett annat starkt och välkänt bolag i branschen – KP Pension & Försäkring.

Förvärvet gjordes under 2008, sedan dess har KP varit en del av Folksam men verkat under eget varumärke och med sin egen profil mot marknaden. För att ytterligare stärka och förtydliga Folksam varumärke inom tjänstepensionsområdet beslutade vi oss, under 2011, för att fullt ut migrera varumärket KP och verka genom ett namn – Folksam, säger Ulf Karlsson, projektansvarig.

Extern hjälp behövs

– Det kan kanske vid en första tanke låta enkelt att migrera ett varumärke till ett annat, men vår förstudie visade att i vår typ av verksamhet, med många kontakter mot företag och privatpersoner, kommer det att bli både ett stort omfattande och komplext projekt där många områden och funktioner påverkas. Det viktigaste är naturligtvis att kunderna uppfattar detta som en positiv förändring. Frågorna som uppstår är många.



Foto: PER Amnonsbyrå AB

Folksam's Ulf Karlsson, till höger, i samtal med Maria Wirlée, Pro4u.



Uppenbart är att IT-systemen berörs, till exempel webbsidor som riktar sig till privatpersoner och webbsidor som riktar sig till företag.

På detaljnivå kan nämnas värdebesked med legala krav. Mängder av automatgenererade dokument produceras – men hur många och exakt var genereras de?

– Ytterligare en viktig och betydande faktor i sammanhanget var att, parallellt med migrationsprojektet, pågick integrationen av KP:s verksamhet in i Folksam. Vi insåg att detta kommer att generera frågor, som inte har direkt med migrationsprojektet att göra men som ändå kommer att påverka det, och därför måste kunna hanteras på ett smidigt sätt.

– Vid den tidpunkten bedrev Folksam många stora projekt och vi hade brist på seniora projektledare. Vi behövde en professionell extern projektledare. Någon med gedigen erfarenhet från liknande projekt, och inte minst förmåga att hantera de situationer som uppstår när flera stora förändringar sker parallellt.

Pro4u – det bästa alternativet

– Våra krav var således lite utöver de vanliga och en upphandling inleddes i enlighet med Folksams rutiner vilken ledde fram till att en handfull kandidater presenterades för urvalsgruppen. Det är naturligtvis svårt att välja ut rätt person, när egenskaper som inte är direkt mätbara och lätta att verifiera, nästan har lika stor betydelse som traditionella projektledaregenskaper.

Folksam är ett kundägt företag som erbjuder försäkringar och pensionssparande. Nästan varannan svensk är försäkrad hos Folksam som är en av Sveriges största kapitalförvaltare. Folksams vision är att människor ska känna sig trygga i en hållbar värld.

För att göra en lång historia kort så var Maria Wirlée från Pro4u den kandidat som vi tyckte gav de bästa svaren på hur hon skulle hantera den komplexa omgivning som projektet skulle leva i. Att hon dessutom har gedigen och dokumenterad erfarenhet som projektledare för komplexa projekt gjorde hennes profil komplett.

Planering och styrning gav resultat

För att säkerställa att Folksam blev avsändare i alla kontaktytor krävdes mycket noggrann planering. Inte minst för att bytet måste ske utan att den pågående dagliga verksamheten stördes.

Projektet styrdes utifrån fyra parallella huvudplaner. En för överflyttning av kontaktytor och dokument, en för internkommunikation, en för externkommunikation och en för webben.

Till stöd för traditionella projektgruppen med Maria Wirlée vid rodret bildades också en beslutsför styrgrupp bemannad med bl a två personer från koncernledningen.

Lysande från början till slut

– Maria lyckades verkligen med att få samarbetet mellan människor som normalt inte har med varandra att göra, att fungera tillsammans på ett enastående sätt.

– Maria Wirlées presentationer för styrgruppen var imponerande träffsäkra och gav precis rätt information för att den skulle kunna fatta de beslut som krävdes och se till att de blev genomförda.

För att få en uppfattning om hur omfattande varumärkesmigrationen var, kan nämnas att strax över 600 kontaktytor och dokument migrerades, till det gemensamma varumärket Folksam.

I början av februari 2012 avslutades arbetet med att införliva KP i Folksam. Resultatet var ett integrerat erbjudande mot marknaden under ett gemensamt varumärke. Projektets tidplan höll och vi kunde hantera de frågor som uppstod. Rätt plan, beslut, genomförande och val av konsult var byggstenarna för det lyckade resultatet.

– Valet av Pro4u och Maria var tveklöst helt rätt avslutar Ulf Karlsson. ■

Pro4u-konsulten **Maria Wirlée** har de senaste 15 åren arbetat som konsult med projektledning med inriktning mot IT, försäkring, HR samt marknad. Hon har lång erfarenhet av verksamhetsutveckling, processkartläggning samt strategisk kompetensutveckling och har verkat i roller som VD, projektledare och kvalitetsansvarig.

