

En reklammakares bekännelser

KÅSERI AV ÅKE BORGUDD

Jag fick vara med när varumärket skapades – men på den tiden visste vi knappt vad ett varumärke var – liksom 25 år senare på det ICL-möte när beslutet togs att varumärket Alfaskop skulle begravas. Det blev en märklig resa fylld av medgång och motgång, av stress, nattvak och ögonblick i triumf. Det som sitter kvar är kamratskapet, vännerna som svetsades samman på barrikaderna. Det känns som ett privilegium att ha fått varit med att skapa ett stycke svensk industrihistoria.

INTE EN VANLIG "MEAN GREEN SCREEN"

Premiärvisning, nu skulle den äntligen visas för världen! En svensk dataterminal. Liten och smäcker. Och med gula tecken mot brun bakgrund. Inte som IBMs jätteburk, "the Mean Green Screen". Vi kallade den Alfaskop. Och för säkerhets skull hade vi namnskyddat också Betaskop och Gammaskop.

Platsen är Barkarby, styrelserummet. Kunden ett internationellt storföretag som var intresserade av ett alternativ till IBM. "Den ska rymmas på ett ordinärt skrivbord!" "Man ska kunna arbeta med den en hel dag utan att få ont i ögonen."

Dagen innan, stora problem. Inget var klart. Det fanns inget fungerande Alfaskop att visa, problem med värmeutvecklingen inne i plåtburken.

Bildröret slocknade av överhettning. Teknikerna sliter sitt hår, nu är goda råd dyra. Snabbtryckning med fotograf till labbet där en textpresentation på ett naket bildrör fotograferades. Stort negativ med gul film bakom. 40 W glödlampa och lite folie inne i burken. Det såg nästan riktigt ut.

"Bra presentationskvalitet", sa kunden, "stadig och fin text". "Skönt att slippa flimrande grön text som på alla andra terminaler". SRT-ledningen höll andan, och masken. Vi kunde andas ut och dra sladden ur väggkontakten. Det luktade lite av bränd celluloid.

ÄNTLIGEN SEXSIFFRIGT!

100.000 tillverkade Alfaskop, en astronomisk siffra. Tänk att denna lilla spin-off blivit så stor och etablerad. Tagit marknadsandelar även ute i Europa. Nu skulle denna milstolpe firas! Mottagning i Barkarby med kunden från

**ALFASKOP
JUBILEUMSNYTT**

**NÄRA
100.000!
PÅ FREDAG
SMÄLLER DET.**

**LYCKLIGA
ENGELSMÄN
I STAN!
ALFASKOP NR 100.000
GÅR TILL ENGLAND.**

**ÅRETS JÄTTELUNCH
SERVERAS PÅ FREDAG!**

**ALLA BARKARBYARE SKA FIRA JUBILEET.
KOM I TID TILL FESTLUNCHEN. SE BY-NYTT!**

**TITTA UPP
I SKYN!
PÅ FREDAG
GÅR ALFASKOP
TILL VÄDERS.**

**AQUASKOP!
NY PRODUKT
PREMIÄRVISAS
PÅ FREDAG.**

LOKALA LÖPSEDLAR "SÅLDE IN" EVENEMANGET

England på besök. Band skulle klippas, händer skulle skakas, lunch skulle ätas. Allt under god bevakning av datapressen.

Sen skulle överraskningen komma. En överflygning med Cessna med stor banderoll efter, Alfaskop 100.000! Piloten från Uppsala hade fått noggrann brief: Texten på banderollen ska vara Alfaskop 100.000! Du ska flyga här över Barkarby några varv mellan 13.00 och 14.00. Se för allt i världen till att varven också inkluderar IBMs fabrik i Järfälla! De ska veta att vi är på gång.

Efter lunchen, hela sällskapet ut på parkeringen. Glada direktörer först, nervösa reklamkillar sist. Cessnan stretar i motvinden, den stora banderollen fladdrar stolt efter. Den mest skarpsynte upptäcker katastrofen först. Alfaskåp. De har stavat Alfaskåp med Å! Skjut ner kärran! Vad är det för nummer till Brommatornet? Den måste bort illa kvickt! Till sist gick informationen fram och den lilla snurran försvann mot Uppsala igen. Några timmar senare kom den tillbaka, med banderollen rätt stavad. Men då hade kunden åkt, pressen gått hem. På kvällen skrattar vi oss till söms.

ANDAN FÖDDES PÅ SALDOVÄGEN

Det var en spirit, en anda, en gemenskap som var unik. Det började på Saldovägen, Jörgen, Tommy, Janne, Hasse.



Sen spred den sig och vi blev oövervinnerliga. Tyska säljare, holländska, engelska, danska. Alla samma andas barn, och den verkliga anledningen till att Alfaskop blev vad det blev. Motivation.

Årets höjdpunkt, kick off. Som ofta i snön, detta år Alpbach, Österrike. Snö och is. Branta backar mellan hotell och annex. Hela gänget där.

Danskarna som vanligt glada redan vid ankomsten. Engelsmännen som vanligt i citykostym och lågskor med blanka lädersulor. Redan utanför bussen försvinner Dennis Watts på sin Samsonite nedför backen mot Kitzbühl. Man klarar inte en brant isbacke med London City-skor. Utryckning mot Kufstein, hur får vi tag på 96 par broddskor efter stängningsdags? Det ordnade sig, som vanligt.

Konferens och skidåkning, som vanligt hög stämning. Key Man Club, ABBA-toner som kunde få den mest hårdhudade säljare att svälja två gånger. På kvällen avslutning i toppstuga, sångtävling mellan länderna. Halva alplandets instrument hade lånats upp! Vilken uppfinningsrikedom, vilken kreativitet! Stämning, samvaro, kamratskap. 150 personer i Gasthaus för 55. Holland vann som vanligt, denna gång med fri tolkning av Hacker Trucker. Alfaskop-andan, den verkliga anledningen till makalösa säljframgångar, hade ytterligare cementerats.

LUKTEN AV PENGAR

Vi tillhörde eliten nu, vi byggde varumärke. Internationella kampanjer i Newsweek, Time, The Economist, Der Spiegel, Le Figaro, La Vanguardia, Il Tiempo. Alfaskop, strong companies choose strong partners.

Bleka svenska reklamkillar på Lloyds Bank i London. Kunde de ställa upp som referens i vår reklam? Vi väntade i ett sammanträdesrum som luktade pengar. En avmätt knackning och en gentleman i kritrandigt med väst kommer in. Vi förklarar vårt ärende, säljer fördelarna för Lloyds i en halvtimme. Kritranden kommenterar inte. Om man är engelsman med god uppfostran och dessutom representerar Lloyds Bank avbrytar man inte. När vi slu-

STRONG COMPANIES

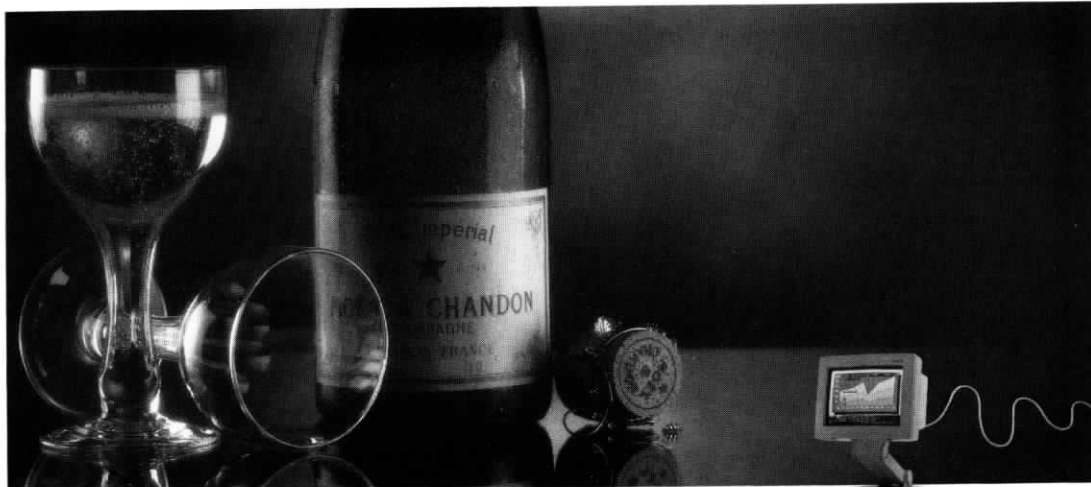
CHOOSE STRONG PARTNERS

© 1991. One of the major reasons for the success of the Alfaskop Group is the strong partnership with Lloyds Bank. The Alfaskop Group is a leading provider of financial services and is proud to be a member of the Lloyds Bank Group. The Alfaskop Group is a leading provider of financial services and is proud to be a member of the Lloyds Bank Group.

ALFASKOP TODAY & TOMORROW

ERICSSON

REFERENSANNONS FÖR LLOYDS BANK



STRONG COMPANIES CHOOSE STRONG PARTNERS

ERICSSON

Call Ericsson Information Systems: 08-736 11 11 (Mon-Fri 08:00-18:00). Fax: 08-736 11 12. E-mail: ericsson@ericsson.se. Web: www.ericsson.se. Copyright © 1995 Ericsson AB. All rights reserved.

In any sphere of life, it is important to choose the right partners. Whenever Napoleon Bonaparte left Paris for one of his military campaigns, he used to visit his good friend Jean-Remy Moët at his winery at Epernay in the district of Champagne. So when they left to fight their battles, Napoleon and his generals took with them plentiful supplies of M. Moët's fine Champagne. Naturally, they won their battles. In 1815 Napoleon set off from northern France instead of from Paris. He didn't have time to visit Epernay. So he marched to Waterloo without M. Moët's Champagne. To add to the great man's troubles, some time before the battle M. Moët's establishment was visited by two distinguished gentlemen who were

also destined to arrive at Waterloo: the Duke of Wellington and Marshal Blücher. They stocked up with good Champagne and marched on. The rest is history. In 1832, M. Moët handed on the business to two younger men - his son Victor Moët and his son-in-law Pierre-Gabriel Chandon. Since the formation of that famous partnership, Moët & Chandon Champagne has come to be enjoyed in over 150 countries on five continents. Moët & Chandon is proud of its traditions, but the company did not become market leader by living in the past. Modern computer systems play an important part in the day-to-day running of the company.

When Moët & Chandon needed a large number of personal computers for integration into the computer system at Head Office at Epernay, the Ericsson PC was chosen. Why Ericsson? The real key was ergonomics. Moët & Chandon's concern with the needs of end-users meant that a high degree of individual adaptation of PC workstations to suit different people and the very high resolution display were very important factors. Ericsson Information Systems, a member of the Ericsson Group, manufactures and markets a complete range of products in the information systems area. Moët & Chandon and Ericsson Strong companies choose strong partners.

tat, tre ord: Follow me, gentlemen. Snart förstår vi, det var vaktmästaren! Han tar oss till ett större rum som luktar ännu mer pengar.

Nu får vi träffa rätt person. Ställer ni aldrig upp i leverantörers annonser? Corporate policy? Men kanske bara denna gång? Ni framstår som ett mycket avancerat företag, långt framme på datasidan. Ni får exponera er logotyp i stora internationella media! Får er logo aldrig visas i andra sammanhang än era egna? Och om vi hittar en idé där vi kan visa er symbol utan att visa den?

Lösningen kom en natt på Skeppsbron. En vacker Lloyds-häst skuren av konstnär, i massiv valnöt. Ett konstverk i annonsen om Lloyds. Nu hänger konstverket på väggen i ett penninglukande konferensrum på Lloyds Bank.

IVAN DEN FÖRSKRÄCKLIGE

Nu var vi stärkta av framgången. Häftig kampanj i Europa med goda referenser. SAS, Heineken, Lloyds, Ford, BMW, Moët Chandon, Avis. En skalp återstod, Adidas.

Mitt i industriområdet utanför Nürnberg härskar skomakarsonen Adi Dassler, pappa till Adidas. På andra sidan Autobahn brodern med sitt Puma. Stor brodersfejld kring vem som skulle lyckas knyta det tyska undret Boris Becker till sitt stall.

Lunch med reklamchefen i Adidas-matsalen, vi förkla-

rar vårt ärende. Jo, vi ställer gärna upp i en referensannons för Alfaskop, men ni måste välja en bild av en idrottsstjärna som tillhör vårt stall. Vi funderar, ser oss omkring. Vid ett bord längre bort sitter den störste, världsettan Ivan Lendl, tillsammans med tiokamparen Dale Thomson. Vi satsar allt på ett kort: Skulle du Ivan kunna ställa upp på en bild...? Ivan irriterat: Call my commercial manager in New York. I play tennis.

Hemma igen. Vi ringer New York. Om Ivan sagt OK så går det bra. Reklam för dataprylar? Löfte av Adidas? Vänskapspris? OK, en miljon för sex månaders bildrätt. Dollar! Det blev en bild av en helt okänd häcklöpare.

OCH ÄVEN ADIDAS

**STRONG COMPANIES
CHOOSE STRONG PARTNERS**

ERICSSON

The choice of a computer system is a critical decision for any company. It is not just about the hardware, but also about the software, the support, and the integration with existing systems. Ericsson Information Systems offers a complete range of solutions for companies of all sizes. We have a proven track record of helping companies to choose the right partners for their computer needs. Contact us today to find out more.