

Slumpen avgjorde yrkesvalet

Magnus Nilsson har arbetat som elektriker sedan han var 19 år och har därmed 30 års erfarenhet inom branschen. Han har varit både anställd och delägare, men sedan 2015 driver han egen firma, Elektrolund AB i Kävlinge, och har två anställda. Men att han blev just elektriker var lite av en tillfällighet.

När det var dags att välja gymnasieutbildning visade en lärare mig en lista på yrken, men jag sade att jag inte visste vad jag ville bli. Då drog han fingret längs med listan och så gjorde han en paus vid elektriker och då tänkte jag att okej då kör jag på det, berättar Magnus Nilsson. Och det visade sig vara ett bra val.

– Jag har alltid gillat att skruva, sätta ihop och montera saker. Jag gillar utmaningar och säger alltid att ingenting är omöjligt – allt går att lösa, säger Magnus och fortsätter:

– Jag har dessutom ända sedan lärlingstiden styrt upp arbetet och haft koll på helheten. Det är så viktigt att vi tajmar vårt arbete med andra som ska in på bygget, som målarna och snickarna, så att projekten flyter på och är effektiva.



Installerad laddbox, signerat Elektrolund.



Vd:n Magnus Nilsson i sitt kontor som är under ombyggnad.

Återkommande kunder

Elektrolunds kunder befinner sig primärt i sydvästra Skåne och är både privatkunder och företag. Uppdragen rör allt från mindre elinstallationer till större service- och installationsuppdrag hos fastighetsägare och kommun.

– Fördelningen ligger på ungefär 40 procent privatkunder och 60 procent företag. Jag har med åren fått ett stort kontaktnät och har många återkommande kunder, vilket ju är väldigt positivt. Men det är som jag brukar säga till mina medarbetare: Gör jobbet ordentligt från början! Då blir kunderna nöjda och då är det dig de ringer nästa gång de behöver hjälp, säger Magnus, som på sikt hoppas att företaget kan växa och att han kan anställa fler.

Förtroende och insyn

Magnus tycker också det är viktigt att visa förtroende för sina anställda så att de växer och utvecklas. Han ger dem också insyn i företaget och uppdragen så att de exempelvis vet vad ett uppdrag kostar kunden.

– De måste förstå kostnaderna för kunderna – stora som små. Jag tror att den förståelsen gör att de känner sig mer delaktiga och sätter en stolthet i att utföra ett bra jobb och ge kunderna valuta för sina pengar. Det leder också till att våra kunder har stort förtroende för oss, säger Magnus. ■

David Boysen