

Med mange jarn i elden

Lid Jarnindustri AS er ei familieverksemd som har slått seg opp i ein marknad med knallhard konkurranse.

Tage Barstad

Lid Jarnindustri A.S vart etablert i 1948 av Samson Lid. Det første produktet var sykkelkjettingar til å sykla på isen med. No er det dei tre sønene som styrer verksemda, og Lid Jarnindustri har vakse seg stor.

- Vi har bygd på jamnt og trutt. Verksemda har no ca. 50 tilsette totalt, og dei fleste er frå Norheimsund og distrikta rundt, seier marknadssjef Dag Rune Lid. I fjor hadde verksemda ei omsetning på 24 millionar kroner.

Snø

Lid Jarnindustri leverer produkt både til landbruk og industri.

- Det er landbruk og industri som er vår primærmarknad. Det var under "fallet" i landbruken på slutten av åttitalet vi byrja å retta oss mot industrimarknaden, seier Lid.

Marknadssjefen har ingenting imot kalde vintrar og mykje snø.

Snøfresarar, snøskuffer og sandstrøpearar er produkt det har gått mykje av den siste tida.

- Vi har leveringstid på enkelte produkt. Sist vi hadde det var sesongen 1987-88. Då hadde vi rekordomsetning på ca. 28 millionar kroner, seier Lid og gjev seg inn på meteorologiske betraktningar.

- Så kom det milde vintrar med snømangel. Men det er jo denne sesongen som er normal. Det skal vera snø om vinteren, slår han fast.



Marknadssjef Dag Rune Lid ser lyst på framtida for Lid Jarnindustri AS (Alle foto: Marita Haugen)

Lid Jarnindustri AS har sin hovudmarknad innanlands. Store kjeder som mellom anna Felleskjøpet er gode kundar.

- Vi har eit prosjekt gåande i Skottland som vi har arbeidd med i to år. Men førebels er det for tidleg å seia kva det fører med seg, seier Lid.

Idéutvikling

Traktorskjær, traktorskuffer,

grashandteringsutstyr, vedproduksjonsutstyr og løfteutstyr er mellom dei mange produkta verksemda produserer og sel. Ein av dei største salssuksessane har vore ei sjølvutvikla føringskorg. Ei finurlig og fleksibel korg til foring, fanging og transport av dyr.

Nettopp her ligg nok mykje av løyndomen bak verksemda sin framgang.

Mange av produkta utviklar dei sjølve frå idé til ferdig produkt.

På ei eiga avdeling arbeider ingeniørar med idéutvikling. Dei konstruerer prøveprodukt som vert sendt ned til ei avdeling, som prøver ut produkta.

- Det vert ein del prøving og feiling, seier Lid.

Kvar kjem idéane frå?

- Dei fleste som arbeider med produkta er bønder sjølve, og dermed har dei ein viss kunnskap om kva som trengst. Dei er dyktige. Vi reiser og rundt på messer og får ein del idéar der.

Kvalitet

Det er hard konkurranse i denne marknaden, noko verksemda merkar.

- Vi er svært medvitne på kvalitet. Bøndene er viljuge til å betala litt ekstra når dei veit at dei får kvalitet. Nøgde kundar er den beste reklamen. Slike ting spreier seg som eld i tørt gras. Om ein kunde ikkje er nøgd, kan det spreia seg og ødeleggja for fleire år, seier Lid.

Ein anna godt planlagt marknadsstrategi er å følgja opp med eit anna produkt så snart eit er lansert. Til dømes å følgja opp ein sandstrøer med ei feiemaskin like etter.

- Vi freistar å lansera tre nye produkt kvart år. Dette er viktig for stadig å halda interessa oppe hjå bondane, seier Lid.

Design

Eit anna av marknadssjefens hjarteborn er design.

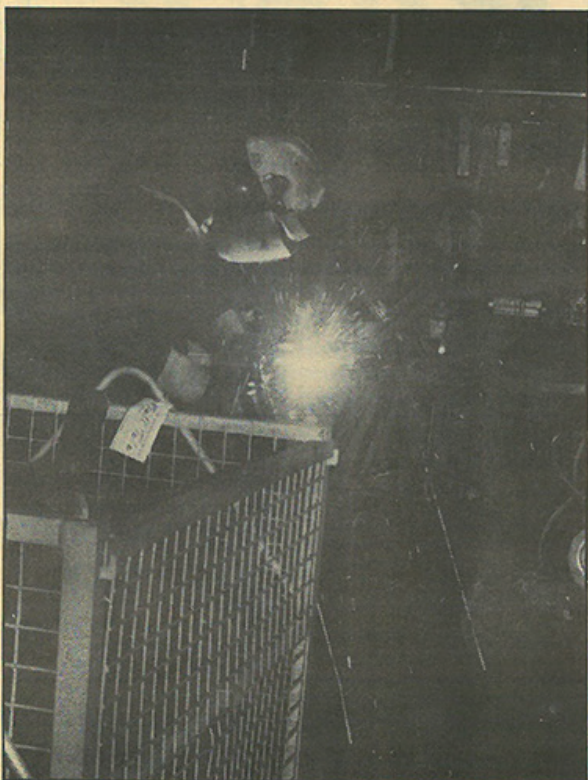
- Design er viktig når kundane skal velja eit produkt. Det er som når vi forbrukarar handlar i butikken. Om to produkt er likeverdige for oss, vel vi gjerne det produktet som tiltalar oss mest.

Når vi på slutten av omvisinga

kjem til eit nesten tomt lager, er det tid for å gjera opp status.

- Design, driftstryggleik og kvalitet er tre lykelord for oss, seier Lid og pensar på ny innom litt hobbymeteorologi.

- Det blei ein optimistisk vind over landbrukeno. Deter positivt for oss. Vi ser lyst på framtida, sluttar Lid.



Lid Jarnindustri AS er ein av dei største arbeidsplassene i Norheimsund



Dei fleste produkta har dei utvikla sjølve - frå idé til ferdig produkt