

Anna Sundström har ambitionen att hennes företag Södra tornet ska växa.



Delaktighet transparens

LEDSTJÄRNA FÖR ÅRETS BYRÅ

TEXT ANDERS PAUSER FOTO PETER KNUTSON

Hon blev rekryterad till företaget utan egentlig vd-erfarenhet 2014. Med ett transparent och ödmjukt ledarskap har Anna Sundström bidragit till att kommunikationsbyrån Södra tornet i Uppsala blev "Årets Byrå".

Det är inte utan att man slås av det fyndiga namnet Södra tornet när man besöker företaget. För de fjorton medarbetarna sitter i tre plan just i det södra tornet på Uppsala slott. Fast just nu i Corona-tider är det bara två som arbetar på plats på var sitt våningsplan och Anna Sundström har tillfälligt lämnat sin hemarbetsplats för att träffa Vd-tidningen och prata om sitt vd-skap och varför de i våras fick priset "Årets byrå – Bästa arbetsgivare".

Hon rekryterades till byrån 2011 för att bli vd, med en bakgrund som varumärkesstrateg, och klev då också in som en av tre huvudägare. Med sig i bagaget hade hon också en utmärkelse som Framtidens ledare i Uppsala län 2011. Sedan 2014 är hon vd.

– Jag hade aldrig varit chef och var otroligt ödmjuk över allt jag inte kunde, berättar hon. Men jag hade redan från början beslutat mig för att lära av de bästa.

Det innebar att hon hade satt samman en egen vd-utbildning tillsammans med några duktiga mentorer. I den ingick att hon träffade ett antal duktiga personer och fick lära sig av dem. Det kunde vara allt från att förstå en balansräkning till vad ett kollektivavtal innebär.

– Jag ser faktiskt en fördel med att jag direkt vågade säga att jag inte kunde allt för det gjorde att flera av mina anställda vågade ge feedback, säger Anna Sundström. Oftast är det bra att vara transparent med vad man kan och inte kan.

DELAKTIGHET EN DRIVKRAFT

I kommunikations- och byråbranschen är det vanligt att man blir framgångsrik genom att ha ett antal namnkunniga personer med stjärnstatus anställda. Men på Södra tornet under Anna Sundströms ledarskap har man värjt sig mot detta förhållningssätt.



Anna Sundström beskriver sitt ledarskap som ödmjukt. Kanske för att hon ursprungligen rekryterades som vd utan större erfarenheter från rollen.

→ – Alla är lika viktiga hos oss och jag är noga med att det alltid är byrån som har genomfört något, säger Anna Sundström. Och det är viktigt att alla får synas. Utåt är vi alltid Södra tornet.

Följdriktigt odlar de också en stor öppenhet och transparens och alla vet exempelvis hur det går. Det är enligt Anna Sundström lätt när det går bra, och skulle det gå sämre skulle alla ändå veta om det.

Företaget har klarat sig bra genom Corona-krisen hittills. Man la både i en högre växel och försökte hjälpa kunder att vara proaktiva genom att skicka förslag på lösningar utan att de fått uppdraget, vilket i sin tur lett till nya uppdrag.

»Det är viktigt för alla hos oss att veta varför man ska gå till jobbet. Det påverkar därför vilka kunder vi väljer att samarbeta med.«

– Krisen har utvecklat oss på oväntade sätt och många av de nya rutiner vi infört kommer vi behålla, konstaterar Anna Sundström.

INTE UNIKA

Hon konstaterar vidare att det finns många aktörer i kommunikationsbranschen och att konkurrensen är hård i Mälardalsregionen, där de verkar. De är med sina cirka tolv miljoner i omsättning en av Uppsalas största byråer. Hon lyfter gärna fram drivkrafterna för byrån som är att påverka och förändra och härigenom bidra till samhällsnyttan.

– Det är viktigt för alla hos oss att veta varför man ska gå till jobbet. Det påverkar därför vilka kunder vi väljer att samarbeta med, konstaterar hon.

Således jobbar de gärna med syftesdrivna frågor i de företag och organisationer som anlitat dem, ofta i form av komplex kommunikation där man utgår från vad målgruppen vet eller inte vet. Det kan handla om att framhålla fördelarna i närproducerat kött eller betona vikten av vaccination. De brukar också driva något pro bono-projekt varje år. Här kan "The Hunger Project" exempelvis nämnas.

Anna Sundström

ÅLDER: 49.

BOR: Uppsala.

FAMILJ: Man och tre barn.

ÅR I FÖRETAGET: 9 år.

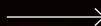
INTRESSEN: Kultur, läsning, dans och padel.

ROLIGAST MED JOBBET: Att få se andra växa.

Och att det har sådan bredd där det kan handla om allt från organdonation till skolfrågor. Man blir väldigt allmänbildad.



I kommunikations- och byråbranschen är det vanligt att man blir framgångsrik genom att ha ett antal namnkunniga personer med stjärnstatus anställda. Men på Södra tornet under Anna Sundströms ledarskap har man värjt sig mot detta förhållningssätt.



→ Södra tornet har idag 14 anställda, men använder sig av ett "jättenätverk" av webbyråer, filmare och andra kreativa frilansresurser för att utföra sitt uppdrag. Ofta står de för idé och strategi, men tar hjälp med genomförandet och produktionen.

Arbetsprocessen både internt och med externa leverantörer är prestigelös, vilket Anna Sundström lyfter fram som mycket viktigt eftersom de verkar i en kreativ bransch. Det gäller att hitta på nytt hela tiden och ständigt ifrågasätta. Och det måste finnas takhöjd för alla att kunna säga ifrån om de inte gillar något förslag.

Anna Sundström har valt att själv arbeta operativt på 25 procent av sin tid. Det är viktigt att på så sätt också vara en del av teamet och att arbeta praktiskt ökar också byråns trovärdighet.

- Vi verkar i en trovärdighetsbransch, konstaterar hon krasst.

POSITIV LEDARSTIL

Hon ser sig själv som ett bollplank på byrån och någon som är noga med att sprida positiv energi. Så ser hon exempelvis till att alltid hinna säga hej till alla varje dag och att vara på plats och fånga upp olika signaler. Det tycker hon är svårare nu i Coronatider då man inte träffas "in real life" utan bara på nätet. Men i den rådande situationen har de haft en tydlig strategi för att inte tappa bort någon. Så de har incheckning varje morgon vid 9.00.

- Den tar cirka en kvart och alla ska komma till tals under den tiden, berättar Anna Sundström. Det blir hej och god morgon och alla berättar vad som ska hända under deras dag och om de behöver hjälp med något.

Hon konstaterar att det har fungerat över förväntan och att man faktiskt nästan hjälper varandra mer nu när man får höra vilka problem som behöver lösas. I normalfallet kanske inte alla pratar med alla på byrån varje dag.

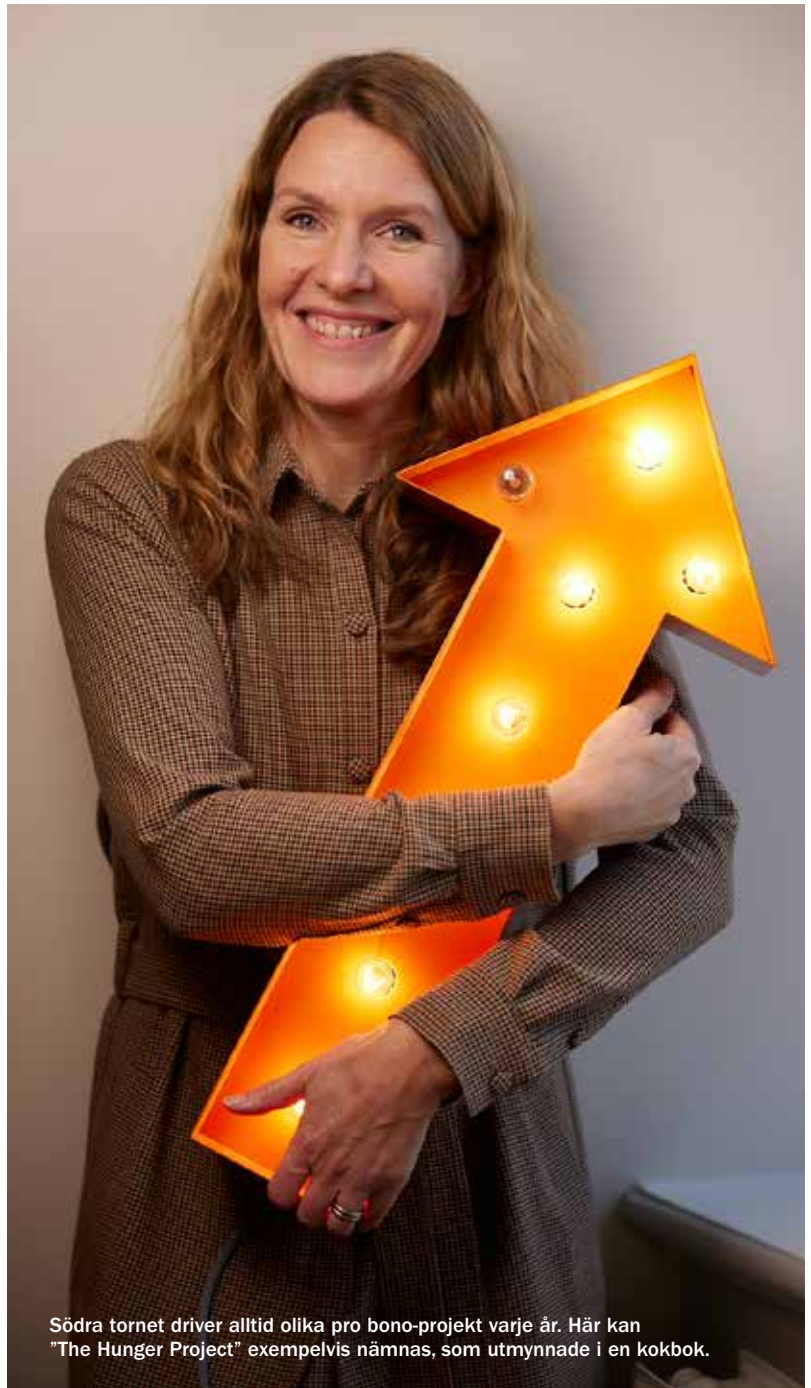
De har också lagt till en digital AW i slutet av varje vecka där framgångar firas. Dessutom har de skapat en chat där man kan prata om allt. Dessutom har de skapat en serie fikamöten där man två och två kan träffas digitalt under namnet "vid kaffemaskinen". Här får man inte prata jobb.

VILL VÄXA

Södra tornet har en tydlig ambition att växa och Anna Sundström ser goda möjligheter, även om det först stannade av när pandemin började. Men även om de nu är uppe i fart igen handlar det också om att vinna upphandlingar, ett arbete som tar mycket tid. Sedan vill de ju ta in uppdrag som speglar deras ambition att göra nytta och bidra.

- Vi brinner verkligen för att hjälpa våra kunder, avslutar Anna Sundström. När vi lyckas med det och när mina medarbetare får beröm blir jag sjukt stolt. ■

»Vi brinner verkligen för att hjälpa våra kunder. När vi lyckas med det och när mina medarbetare får beröm blir jag sjukt stolt.«



Södra tornet driver alltid olika pro bono-projekt varje år. Här kan "The Hunger Project" exempelvis nämnas, som utmynnade i en kokbok.