



Cordovan satsar digitalt.

Efter en hårdhänt omstrukturering råder nu åter tillförsikt och framtidstro inom Cordovan Group. Framförallt är det den digitala sidan som blommat ut rejält och under VD Roger Broviks ledning nu kammar hem uppdrag efter uppdrag och därför planerar nyanställa 5–8 medarbetare under hösten.

I tisdags morse satte många Göteborgare kaffet i vrångstrupen. I Svenska Dagbladet pekades Cordovan ut som en av de byråer som gått i konkurs. En uppgift som var grovt missvisande; på kontoret på Kungstorget i Göteborg har Cordovan idag samlat ca 60 personer, varav ca 35 tillhör webbdelen, Cordovan Digital. Det här gör Cordovan till en av Göteborgs mest dynamiska och spännande reklambyråer, en arbetsplats som kokar av liv och rörelse.

Visserligen har vi nyligen genomfört en hårdhänt omstuvning av verksamheten som bl a inneburit att vi satt två dotterbolag i konkurs, säger Rolf Jansson, VD och koncernchef för Cordovan Group. Men samtidigt har vi expanderat andra delar av verksamheten, slimmat och stuvat om på ett sätt som gör att det nu känns riktigt bra inför framtiden.

Framförallt är det den digitala sidan som under VD Roger Broviks ledning har lyft rejält på sistone:

Trots att vi närmar oss semestrarna har vi ett nästan osannolikt flyt just nu, säger Roger Brovik, VD för Cordovan Digital. Inte nog med att våra befintliga uppdragsgivare nu satsar digitalt som aldrig tidigare, bara under de två senaste veckorna har vi lyckats ta hem fem nya kunder. För att klara det här räknar vi med att i höst behöva nyanställa 5–8 medarbetare, kanske fler.

Nyligen gick åtta av nyckelpersoner i konkursade Admire Communication över till Cordovan. Bland kunderna märks Volvo Lastvagnar och flera andra bolag inom Volvogruppern. Orderläget ser bra ut och avsikten är att med stöd av de övriga kompetenserna inom Cordovan växa organiskt, gentemot både befintliga och nya uppdragsgivare

Rolf Jansson, VD och koncernchef Cordovan Group, 0705–72 72 02, rolf.jansson@cordovan.se

Se även www.cordovangroup.com.

Cordovans affärsidé och vision.

Den s.k. Cordovanmodellen bygger på att arbeta med insidan av företaget (företags-kulturen, människorna och ledarskapet) parallellt med utsidan (det man genom webb och andra kanaler kommunicerar till kunder och övriga intressenter).

Visionen är att inom 2> år bevisa att Cordovanmodellen ger snabbare och mer hållbara resultat för kunderna än den traditionella byråmodellen.