Tactics Playbook

Fra signaler til sejre

De 5 træk, der adskiller de leverandører,
der vokser, fra dem, der venter.



Smart Tactics
A Hubexo Product

Leverandørsalg i byggebranchen handler om timing. Dit produkt er måske fremragende. Dit team er måske skarpt. Men er du ikke med i de rigtige samtaler tidligt nok, er det ligegyldigt.

De leverandører, der vokser hurtigst, har ikke større salgsteams. De har et bedre billede af, hvor markedet er på vej hen. De ser, hvor mulighederne opstår, hvem der er involveret, og hvornår beslutningerne træffes. Før konkurrenterne gør det.

De fleste leverandører arbejder med en kombination af CRM-data, personlige netværk og offentlige projektlister. Det virker. Men det efterlader huller. Projekter, du aldrig hører om. Rådgivere, du når for sent. Udbudsmateriale skrevet, uden at dit produkt var i spil.

Denne playbook gennemgår 5 træk, der adskiller de leverandører, der vokser, fra dem, der venter.

Hvert træk er forankret i reelle mønstre fra det nordiske byggemarked. Og de afhænger alle af én ting: ét sted, hvor hele markedet giver mening, opdateret i realtid.



Med Tactics får du markeds- og konkurrentindsigter i realtid.

Prisen for at ankomme for sent

De fleste salgsteams hos leverandører arbejder hårdt. Kalenderne er fulde. Opkaldene bliver foretaget. Produktmaterialerne bliver sendt afsted. Men hvor mange af de opkald når en rådgiver, der stadig kan anbefale dit produkt?



For de fleste leverandører er svaret ubehageligt lavt.

Mønsteret ser sådan ud: Du hører om et projekt via offentlige kilder eller dit netværk. Du retter henvendelse. Men udbudsfasen er allerede ovstået. Rådgiveren har allerede anbefalet en konkurrent. Relationerne omkring projektet er allerede på plads.

Du konkurrerer ikke. Du forhandler fra en svag position.

Den samlede pris er mere end blot tabet på ét enkelt projekt. Det er relationen. Rådgivere, der angiver et produkt én gang, gør det igen. Bygherrer, der samarbejder med en leverandør på ét projekt, tager dem med til det næste. Hver gang du går glip af en specifikation, er det en relation, der gik til en anden.

Tactics sikrer, at du når de rette personer på det rette tidspunkt.

5. Hold op med at ringe til kontakter, der ikke kan hjælpe dig

Dit salgsteam foretager rigtig mange opkald om ugen. Hvor mange når nogen, der stadig kan påvirke specifikationen?

En sælger, der når 8 rådgivere på det rigtige tidspunkt, skaber mere værdi end én, der når 80 på det forkerte tidspunkt. Forskellen er ikke talent. Det er information.

Når jeres opsøgende arbejde er baseret på offentlige kilder og eget netværk, er mønstret forudsigeligt. I ringer til kontakter, der ikke længere er tilknyttet projektet. I præsenterer for rådgivere, der allerede har specificeret. I bruger tid på projekter, der aldrig var relevante for jeres produktkategorier. Hårdt arbejde, rettet mod de forkerte mål.

Sådan ser det ud med Tactics

Jeres team kan se, hvilke rådgivere der er aktivt involveret i projekter, der matcher jeres produktkategorier. De ringer til de rigtige på det rigtige tidspunkt. Hver samtale tæller.



4. Se de projekter, dit CRM aldrig vil vise dig

Dit CRM fortæller dig om de bygherrer og rådgivere, du allerede arbejder med. Nyttigt. Men det er et bakspejl.

Det, dit CRM ikke viser, er den bygherre, du aldrig har mødt, som planlægger et projekt, der passer perfekt til dit produktsortiment. Eller rådgiveren, der normalt specificerer din konkurrent, men som i øjeblikket arbejder på et projekt, der passer bedre til dine produkter.

De leverandører, der vokser, er ikke dem med det største CRM. De er dem, der ved, hvad der sker uden for det.

Sådan ser det ud med Tactics

Titusindvis af verificerede, løbende opdaterede byggeprojekter på tværs af Norden. Jeres produktkategorier, jeres regioner. De projekter, jeres team bør tale om lige nu.

3. Kom ind, før udbudsmaterialet er skrevet

Der er et vindue i ethvert projekt, hvor udbudsmaterialet stadig er åbent. Rådgiveren vurderer muligheder. Bygherren danner sig præferencer. Det er her, leverandørens indflydelse er størst.

Når det vindue lukker, sælger du ikke længere. Du giver rabatter.

Problemet er, at de fleste leverandører ikke ved, hvornår vinduet er åbent. De får kendskab til projekter, efter de er lukket. De leverandører, der konsekvent får deres produkter specificeret, er dem, der dukker op under projekteringsfasen, ikke efter den.



Sådan ser det ud med Tactics

Du ser projekter i projekterings- og udbudsfasen. Du ved, hvilke rådgivere der er involverede, og hvornår beslutningerne træffes. Du dukker op, når det betyder noget.

2. Vid, hvor markedet er på vej hen

Det nordiske byggemarked forventes at vokse. Gode nyheder. Men kun hvis du er til stede, når projekterne fordeles.

Du kan ikke spare dig til vækst. Særligt ikke som leverandør. De leverandører, der skruer ned for indsatsen på markedet, giver plads til dem, der investerer i det. Rådgivere vælger kendte leverandører, der er tilgængelige, når behovet opstår. Prisen ved at stå stille er usynlig. Men i et voksende marked er den højere end nogensinde.



Sådan ser det ud med Tactics

En live markedsoversigt med projektvolumener, tendenser og skift opdelt på segment og region. Jeres planlægning er baseret på markedets reelle retning, ikke hvad I antager, den er.

1. Gør dit salgsteam til en markedsindsigt-enhed

Den gamle måde virker stadig. Netværk, mavefornemmelse, erfaring. Du kan bygge en forretning på det. Men det er dyrt. Ikke abonnementsomkostningen til et værktøj. Lønomkostningen ved mennesker, der udfører manuelt arbejde, der kunne være systematiseret.

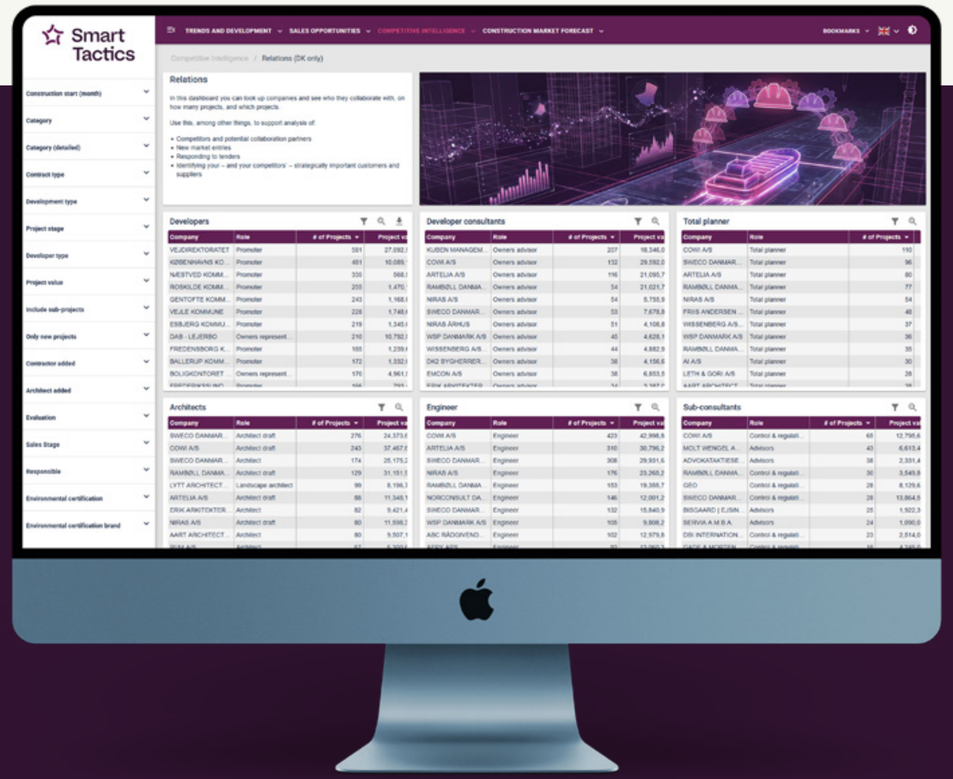
De leverandører, der vinder markedsandele lige nu, er ikke de største. De er dem, der erstattede gætteri med data. Samme team, samme kompetencer, bedre information.

Hvert opkald rammer bedre. Hvert møde er med nogen, der kan påvirke resultatet. Hver time af jeres salgsteams tid rækker længere.



Sådan ser det ud med Tactics

Jeres team kan se, hvilke projekter der matcher jeres produktkategorier, hvilke rådgivere der er involverede, og hvornår beslutningerne træffes. Hvert opkald er rettet mod den rigtige person på det rigtige tidspunkt. Hvert møde er med nogen, der kan påvirke resultatet.



Følg markedsudviklingen på tværs af regioner og kategorier.

Alle træk i denne playbook handler om det samme: at forudsige, hvor markedet er på vej hen, før konkurrenterne gør det. Ikke ved at sy CRM-noter, forældede projektlister og branchesnak sammen. Men ved at have ét sted, hvor hele markedet samles og giver mening.

Det er forskellen på at reagere og at vælge. Mellem at høre om et projekt for sent og at være der, før udbudsmaterialet er skrevet.

Sådan gør Tactics det muligt

Tactics er markedsindsigtsplatformen bygget til, hvordan leverandørers salgsteams bør arbejde. Den samler projektdata, markedsaktivitet og relationsmønstre i én realtidsoversigt.

- Se projekter i projekterings- og udbudsfasen
- Vid, hvilke rådgivere der er involverede, og hvem der driver beslutningerne
- Forudsig markedsskift opdelt på produktkategori, segment og region
- Få projektanbefalinger, der matcher dit produktsortiment
- Reducer spildt opsøgende arbejde og vind flere specifikationer

Alle træk i denne playbook kan omsættes til handling med Tactics. Ét sted, hvor alt giver mening.

Næste skridt

Hvis du genkender dit salgsteam på disse sider, er spørgsmålet ikke, om I har brug for bedre markedsindsigt. Det er, hvor hurtigt I kan få den.

Book en demo

Book en demo, og vi viser jer de projekter, jeres team bør tale om lige nu.

Smart Tactics
A Hubexo Product

