

Byggefakta Smart
A Hubexo Product

Sommerfugleeffekten i salgsafdelingen

5 prioriteter, der afgør, om du vinder projektet eller aldrig vidste, det eksisterede.

WEBINAR TAKEAWAYS

Med Lasse Dannerfjord, tidligere salgschef i byggebranchen

Mange salgsteams i byggebranchen arbejder hårdt og taber alligevel projekter, de aldrig vidste, de konkurrerede om. Ikke fordi de mangler dygtige folk, men fordi de arbejder på mavefornemmelse frem for data.

Det er det, Lasse Dannerfjord kalder Sommerfugleeffekten: når salgsteams ubevidst bekræfter hinanden i de samme forudindtagede opfattelser af markedet. Man tror man kender de rigtige kunder og det rigtige tidspunkt. Det gør man sjældent.

Lasse har siddet på begge sider af bordet; som salgschef hos en større dansk leverandør og nu som en del af Hubexo. I et webinar om sine erfaringer delte han de fem prioriteter, der ændrede måden hans team arbejdede på:

færre tilbud, højere hitrate, bedre bundlinje.

De fem prioriteter:

1.
Du kender ikke markedet så godt, som du tror
Netværk skaber blinde pletter. Data korrigerer dem.

2.
Timing er ikke et blødt parameter
Kontakt på det forkerte tidspunkt er mere skadeligt end ingen kontakt.

3.
Kom ind inden udbuddet — ikke efter Er du ikke inde i projekteringsfasen, er du allerede bagud.

4.
Dine sælgere er ikke ens — behandl dem ikke som om de er
Door-kickers og closers er ikke den samme person.

5.
Din pipeline må ikke bo i én persons hoved
Decentraliseret viden er en sårbarhed, ikke en strategi.

> **“Da vi fik data, fandt vi lynhurtigt ud af, at vi regnede på rigtig forkerte mennesker, snakkede med de forkerte kontaktpersoner, og vores arbejde var overhovedet ikke rettet mod de rigtige aktører i markedet.”**
>
> — Lasse Dannerfjord

01

Du kender ikke markedet så godt, som du tror

Det første Lasse oplevede, da hans team begyndte at arbejde med data, var ubehageligt: de regnede på de forkerte projekter, snakkede med de forkerte kontaktpersoner, og store dele af deres aktivitet var rettet mod aktører uden reel indflydelse på indkøbsbeslutningen.

Det er ikke ualmindeligt. Når man arbejder i det samme netværk år efter år, holder man ubevidst op med at se det marked, der ligger uden for det. Data er ikke bare et effektiviseringsværktøj. Det er svaret på den blinde vinkel, alle salgsteams har.
Projektdatabaser over det professionelle byggeri giver mulighed for at kortlægge, hvem der reelt er involveret i et projekt, ikke bare hvem man kender. Samhandelsmønstre mellem firmaer afslører relationer og beslutningsstrukturer, der ikke er synlige ud fra netværket alene.

> **“Mange virksomheder arbejder med dem de kender og er meget blinde for det marked, der faktisk ligger derude.”**
>
> — Lasse Dannerfjord

02 Timing er ikke et blødt parameter

At kontakte en kunde på det forkerte tidspunkt er ikke neutralt. Det er aktivt skadeligt. En rådgiver, der bliver ringet op for tidligt eller for sent, husker det, og det farver alle fremtidige henvendelser.

Det optimale vindue i byggesalg er snævert: efter en nøgleaktør er kommet ind på projektet, men inden de store beslutninger er låst.
Avancerede projektdatabaser giver mulighed for at filtrere på tre timing-parametre:

1. **Byggestart og slutdato:** Identificer projekter i den fase, hvor ens produkter er mest relevante.
2. **Rolleskift:** Se hvilke projekter nøgleaktører som arkitekter, ingeniører eller entreprenører netop er kommet ind på. Det er typisk et signal om, at beslutninger er ved at blive truffet.
3. **Projektstadie:** Filtrering på planlægning og projektering giver et overblik over de projekter, hvor der stadig er mulighed for at påvirke, hvad der skrives ind.

> **“Vi ringede forstyrrende ud til kunderne fordi vi ikke havde de rigtige informationer. Vi kom alt for tidligt eller alt for sent, og fik at vide: ring igen om 14 dage.”**
>
> — Lasse Dannerfjord

03

Kom inden udbuddet - ikke efter

Er du ikke inde, inden projekteringsgrundlaget er skrevet, er du allerede bagud. Den leverandør, der har en relation til den rådgiver, der tegner og beskriver, er tæt på 80% af vejen til ordren, fordi det sandsynligvis er deres produkter, der ender i udbudsmaterialet. Det kræver ikke et stort salgsapparat. Det kræver viden om hvilke projekter der er på vej, hvem der er involveret, og hvornår det er det rigtige tidspunkt at tage kontakt. Projektdatabaser med direkte kontaktoplysninger på rådgivere og beslutningstagere giver mulighed for at komme ind tidligt og relevant. Ikke som en forstyrrende sælger, men som en faglig sparringspartner der ved, hvad projektet handler om, og hvad kunden har brug for at vide.

> **“Sørg for at dine medarbejdere har de rigtige kontaktinformationer, så de kan komme ud og kontakte rådgiveren tidligt i projektforløbet — og få skrevet produkter ind, før konkurrenterne har hørt om muligheden.”**
>
> — Lasse Dannerfjord

04

Dine sælgere er ikke ens — behandl dem ikke som om de er

En af de mest konkrete ændringer Lasse foretog, var at stoppe med at sende alle sælgere efter alle opgaver. Han begyndte at skelne mellem to profiler: dem der er gode til at sparke døren ind og skabe nye relationer, og dem der er gode til at lukke en ordre, når grundlaget er lagt.

De to profiler trives ikke med hinandens opgaver. En door-kicker, der drukner i opfølgningsarbejde, holder op med at åbne nye døre. En closer, der skal kold-canvasse, performer under niveau.

Door-kickeren har brug for det rette informationsgrundlag inden første kontakt: direkte kontaktoplysninger på beslutningstageren, viden om hvilke projekter kunden er involveret i, og baggrundsinformation om deres forretning og samhandelshistorik. Det er forskellen på en henvendelse der føles tilfældig og en, der føles forberedt.

> **“Vi regnede langt, langt færre opgaver, men vandt langt flere — fordi de rigtige sælgere havde fat i de rigtige personer. Det havde en enormt gavnlig effekt på virksomhedens bundlinje.”**
>
> — Lasse Dannerfjord

05

Din pipeline må ikke bo i én persons hoved

Excel-arkog Post-its er ikke pipeline-styring. Det er en sårbarhed. Når viden om projekter, kontakter og status sidder hos enkeltpersoner, er organisationen afhængig af, at præcis de mennesker er til stede — hver dag.

Det første skridt er at få et organiseret system. Har man allerede et CRM, er det der pipeline-styringen hører hjemme. Har man det ikke, kan projektdatabaser med indbygget pipeline-funktionalitet udfylde samme rolle: man arbejder direkte i den database, man alligevel bruger til at identificere muligheder, og registrerer noter, status og vurderinger løbende på projekterne. Mindre friktion betyder større sandsynlighed for, at det faktisk sker i hverdagen
Det centrale princip er enkelt: organisationens viden skal tilhøre organisationen — ikke den enkelte medarbejder.

> **“Mit bedste råd er at få en organiseret løsning. Sørg for at have bundsolid data på det, du skal arbejde med, og have et system, der hjælper dig i hverdagen. Det gør, at du spilder langt færre medarbejdertimer.”**
>
> — Lasse Dannerfjord



Vil du arbejde mere struktureret med data i dit salgsteam?

SMART fra Hubexo er en projektdatabase for det professionelle byggeri i Norden. Den giver dig overblik over aktører, timing og projektstadier, så du kan arbejde på de rigtige muligheder, på det rigtige tidspunkt.

Tag en uforpligtende snak med os om, hvad det kan betyde for dit salgsteam.

Book en demo

Dette dokument er udgivet af Hubexo på baggrund af webinaret Vind udbuddet før det starter - 5 prioriteter fra en tidligere salgschef med Lasse Dannerfjord og Bo Abildtrup (Hubexo, marts 2026).