Tactics håndbok

# Fra markedsinnsikt til vekst

De 5 grepene som skiller leverandørene som vokser fra dem som venter.




Smart Tactics
A Hubexo Product

Leverandørsalg i byggebransjen handler om timing. Produktet ditt kan være utmerket. Teamet ditt kan være skarpt. Men er du ikke tidlig nok inne i de riktige samtalene, spiller ingen av delene noen rolle.

Leverandørene som vokser raskest, har ikke større salgsteam. De har et bedre bilde av hvor markedet er på vei. De ser hvor mulighetene er i ferd med å forme seg, hvem som er involvert, og når beslutningene tas. Før konkurrentene gjør det.

De fleste leverandører opererer på en kombinasjon av CRM-data, personlige nettverk og offentlige prosjektlister. Det fungerer, men det etterlater hull. Prosjekter du aldri hører om. Rådgivere du når for sent. Spesifikasjoner skrevet uten at produktet ditt er i samtalen.

**Denne håndboken tar for seg 5 grep som skiller leverandørene som vokser fra dem som venter. Hvert grep er forankret i reelle mønstre fra det nordiske byggemarkedet. De er alle avhengige av én ting: ett sted hvor hele markedet gir mening, oppdatert i sanntid.**



Med Tactics får du markeds- og konkurrentinnsikt i sanntid.

# Kostnaden ved å komme for sent

**De fleste leverandørsalgsteam jobber hardt. Kalenderen er full. Samtalene tas. Produktmaterialet sendes. Men hvor mange av disse samtalene når en rådgiver som fortsatt kan anbefale produktet ditt?**



### For de fleste leverandører er svaret ubehagelig lavt.

Mønsteret ser slik ut: Du hører om et prosjekt via offentlige kilder eller nettverket ditt. Du tar kontakt, men spesifikasjonsfasen er allerede ferdig. Rådgiveren har allerede anbefalt en konkurrent, og relasjonene rundt prosjektet er allerede på plass.

### Du konkurrerer ikke. Du forhandler fra en svak posisjon.

Den samlede kostnaden handler om mer enn ett enkelt prosjekt. Det er relasjonen. Rådgivere som spesifiserer et produkt én gang, gjør det igjen. Utbyggere som jobber med en leverandør på ett prosjekt, tar dem med til det neste. Hver spesifikasjon du går glipp av, er en relasjon som havnet hos noen andre.

Tactics sikrer at du når de rette personene på riktig tidspunkt.

# 5. Slutt å ringe kontakter som ikke kan hjelpe deg

Salgsteamet ditt tar svært mange samtaler i uken. Hvor mange når noen som fortsatt kan påvirke spesifikasjonen?

En selger som treffer 8 rådgivere til rett tid, skaper mer verdi enn én som treffer 80 til feil tid. Forskjellen er ikke talent. Det er informasjon.

Når søket baserer seg på offentlige kilder og eget nettverk, er mønsteret forutsigbart. Du ringer kontakter som ikke lenger er tilknyttet prosjektet. Du presenterer for rådgivere som allerede har spesifisert. Du bruker tid på prosjekter som aldri var relevante for dine produktkategorier. Hardt arbeid, rettet mot feil mål.

## Slik ser det ut med Tactics

Teamet ditt ser hvilke rådgivere som er aktivt involvert i prosjekter som matcher dine produktkategorier. De ringer de riktige personene til rett tid. Hver samtale teller.



# 4. Se prosjektene CRM-systemet aldri vil vise deg

**CRM-systemet ditt forteller deg om utbyggerne og rådgiverne du allerede jobber med. Det er nyttig, men det er først og fremst et bakspeil.**

Det CRM-systemet ikke viser, er utbyggeren du aldri har møtt som planlegger et prosjekt som passer produktsortimentet ditt perfekt. Eller rådgiveren som vanligvis spesifiserer konkurrenten din, men som akkurat nå jobber med et prosjekt som passer bedre til dine produkter.

Leverandørene som vokser, er ikke de med det største CRM-systemet. De er de som vet hva som skjer utenfor det.

## Slik ser det ut med Tactics

Titusenvis av verifiserte, kontinuerlig oppdaterte byggeprosjekter i Norden. Dine produktkategorier, dine områder. Prosjektene teamet ditt bør snakke om akkurat nå.

# 3. Kom inn i rommet før spesifikasjonen er skrevet

I hvert prosjekt finnes det et vindu hvor spesifikasjonen fortsatt er åpen. Rådgiveren vurderer alternativer. Utbyggeren får seg preferanser. Dette er når leverandørens innflytelse er størst.

**Etter at dette vinduet lukkes, selger du ikke lenger. Du gir rabatter.**

Problemet er at de fleste leverandører ikke vet når vinduet er åpent. De finner ut om prosjekter etter at det er lukket. Leverandørene som konsekvent blir spesifisert, er de som dukker opp i designfasen – ikke etter den.



## Slik ser det ut med Tactics

Du ser prosjekter i design- og spesifikasjonsfasen. Du vet hvilke rådgivere som er involvert og når beslutningene tas. Du dukker opp når det teller.

# 2. Vit hvor markedet er på vei

**Det nordiske byggemarkedet forventes å vokse. Gode nyheter. Men kun hvis du er til stede når prosjektene fordeles.**

Du kan ikke spare deg til vekst. Særlig ikke som leverandør. Leverandørene som reduserer markedsinnsatsen sin, gir plass til dem som investerer i den. Rådgivere velger kjente leverandører som er tilgjengelige når det trengs. Kostnaden ved å stå stille synes ikke på fakturaen – men den vises i tapte prosjekter.




## Slik ser det ut med Tactics

En levende markedsprognose som viser prosjektvolum, trender og skifter etter segment og region. Planleggingen din baserer seg på hvor markedet er på vei, ikke hvor du antar det er på vei.

# 1. Gjør salgsteamet ditt til en markedsinnsiktsenhet

Den gamle måten fungerer fortsatt. Nettverk, magefølelse, erfaring. Du kan bygge en bedrift på det, men det er dyrt. Ikke abonnementskostnaden for et verktøy, men lønnskostnaden for folk som gjør manuelt arbeid som kunne vært systematisk.

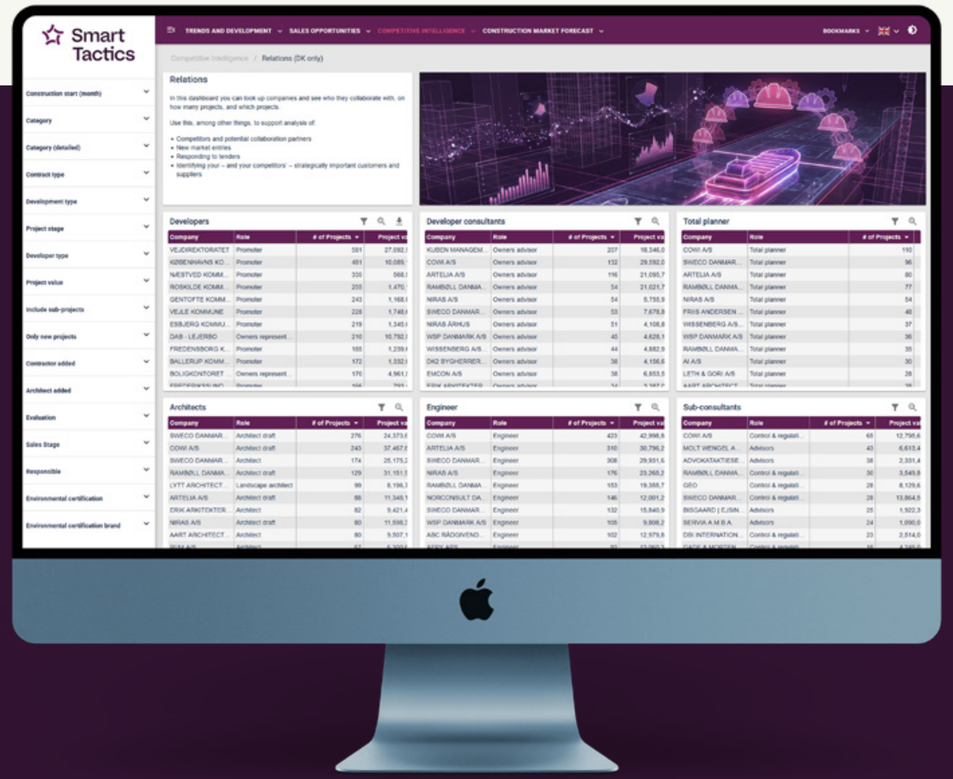
**Leverandørene som tar markedsandeler akkurat nå, er ikke de største. De er de som byttet ut gjetting med data. Samme team, samme ferdigheter, bedre informasjon.**

Hver samtale lander bedre. Hvert møte er med noen som kan påvirke utfallet. Hver time av salgsteamets tid går lenger.



## Slik ser det ut med Tactics

Teamet ditt ser hvilke prosjekter som matcher dine produktkategorier, hvilke rådgivere som er involvert, og når beslutningene tas. Hver samtale er rettet mot rett person til rett tid. Hvert møte er med noen som kan påvirke utfallet.




Følg markedsutviklingen på tvers av regioner og kategorier.

Hvert grep i denne håndboken handler om det samme: å forutse hvor markedet er på vei før konkurrentene gjør det. Ikke sy sammen CRM-notater, utdaterte prosjektlister og bransjerykter. Ha ett sted hvor hele markedet samles og gir mening.

Dette er forskjellen mellom å reagere og å velge. Mellom å høre om et prosjekt for sent og å være der før spesifikasjonen er skrevet.

# Slik gjør Tactics dette mulig

**Tactics er markedsplattformen bygget for byggebransjen. Den samler prosjektdata, markedsaktivitet og relasjonsmønstre i én sanntidsprognose.**

- Se prosjekter i design- og spesifikasjonsfasen
- Vit hvilke rådgivere som er involvert og hvem som driver beslutningene
- Forutse markedsendringer etter produktkategori, segment og region
- Finn prosjektanbefalinger tilpasset ditt produktsortiment
- Reduser bortkastede søk og øk antall vunnede spesifikasjoner

Hvert grep i denne håndboken kan omsettes til handling med Tactics. Ett sted hvor alt gir mening.

# Neste steg

Kjente du igjen salgsteamet ditt i disse sidene, er ikke spørsmålet om du trenger bedre markedsinnsikt. Det er hvor raskt du kan få det.

Book en demo

Book en demo, så viser vi deg prosjektene teamet ditt bør snakke om akkurat nå.

Smart Tactics
A Hubexo Product

