SBUF

ID: 13663

INSTALLATÖRSFÖRETAGEN

Förstudie av Affärsutveckling tjänster

Installationsbranschens potential

Hans Nyblom

2020-02-14

SBUF stödjer
forskning & utveckling
som leder till
praktisk handling

1. Inledning

Om installationsbranschen i ökad grad skapade sina erbjudanden utifrån ett brukarperspektiv kunde många fördelar vinnas - för såväl brukare och ägare som klimat och samhälle. Det finns enkla, innovativa, energieffektiva lösningar i installationsbranschen, men det finns ingen efterfrågan på dessa då kunden inte vet inte vad de ska fråga efter - samtidigt som installatörerna inte erbjuder det på grund av brist på efterfrågan.

Installationsbranschen behöver förpacka produkter och arbetstimmar på ett nytt sätt - ett sätt som relaterar till nyttan och funktionen som kunden är ute efter. Branschen behöver byta synsätt och prissätta efter det som driver kunden. Branschen ska sälja lösningar som är funktionsdrivna och löser kundens problem, istället för att endast sälja specifika produkter och installation av dessa.

Målbilden är bekymmersfria helhetstjänster som gynnar såväl brukare som ägare samt klimat och samhälle.

Huvudförfattare och projektledare är Hans Nyblom, undersökning, sammanställande och författande Annika Malmbrandt.

Stort tack för innehåll och inspel från branschkollegor och medlemmar hos Installatörsföretagen samt särskilt tack till SBUF för delfinansiering av denna förstudie.

2. Problembeskrivning och förutsättningar i branschen

Branschen har börjat snegla åt rätt håll genom t.ex. löpande avtal, EPC och servicekontrakt vilket är en bra början. Det finns även produktföretag som har påbörjat resan genom att erbjuda tillköp av installation vid köp av produkt, vilket är ett steg i rätt riktning. De saknar dock det långsiktiga ansvarsantagandet och den förlängda affärsrelationen.

Förutsättningarna i branschen är goda - men i dagsläget är den för inlåst på t.ex. ackordsprislistan och specifika priser för enskilda produkter och timmar. Branschen behöver inrikta sig mer mot att erbjuda en tjänst som fortsätter leverera över tid. Problemet idag är att de lösningar som säljs inte inkluderar det som är viktigast för kunden - mervärdena av installationen. Installationerna behöver konceptualiseras till en helhetslösning där kunden betalar för produkt och arbetstimmar, men även för mervärden som energieffektivisering, bättre inomhusklimat, image och inte minst bekymmersfrihet.

Vi har även identifierat en problematik gällande var efterfrågan ligger, och var beställningen görs. Driftpersonalen besitter inte helhetssynen - men det är de som gör beställningar på installationer. Frågan dyker däremot upp vid intervjuer med affärs- och fastighetsutvecklare på större företag - varför erbjuder vi inte ”tjänstefiering”?

Installatörerna skulle då kunna installera bättre saker till en långsiktigt lägre kostnad - förpackat som en bekymmersfri helhetstjänst som svarar på kundens behov, samtidigt som kunden får en helhetslösning levererad - och betalar för så väl själva produkten som för bekymmersfriheten.

3. Översikt: Tjänstefiering i andra branscher och internationellt

Konceptet tjänstefiering är mer utbrett i andra branscher. Gällande till exempel bilservice så har vi gått från att ha ett egenansvar för när och hur bilen ska servas till att vi nu kan betala per månad för en garanterat fullservad välfungerande bil. Vi betalar fortfarande för oljebyte och reservdelar men detta i en förpackning som även innehåller bland annat mervärdet bekymmersfrihet. Även tandläkare använder sig av systemet - istället för att betala för tandläkarens specifika arbetstid och material när du väl får hål, så betalar du per månad och blir kallad automatiskt när det behövs, och då ingår allt.

Vänder man sig återigen till installatörsbranschen så finns det inget att riktigt jämföra med i närheten, varken i Norden eller norra Europa. I USA har de kommit lite längre gällande att väva in sina installationer i en helhet, men de saknar fortfarande stora delar av helheten. Det finns inga exempel på när mervärden och kundens behov bakas in i erbjudandet - och det är där vi ser att den stora potentialen ligger.

4. Efterfrågan: Behov och önskningar

Vi har i flertalet undersökningar identifierat ett behov hos fastighetsägare gällande enkelhet och smidighet när det kommer till stödprocesser i fastigheter. De efterfrågar ett totalansvar så att de inte behöver lägga ner tid, kraft och energi på att förstå och projektleda installationer. I undersökningarna kan man också se ett stort behov av samordnade digitaliserade installationer i fastigheter. Fastighetsägarna efterfrågar en möjlighet att få paketerbjudanden - de vill helt enkelt ha service och enkelhet.

Vi vet också att fastighetsägare kan vara skeptiska till helhetsåtaganden och rädda för att bli fastlåsta i avtal, men detta gäller dock i första hand system och produkter. Långsiktiga leverantörskontakter ser fastighetsägare däremot stora fördelar med.

Genom att sätta funktionen och mervärdena i fokus och inkludera både produkt och arbetstimmar samt underhåll och kompletteringar så ger vi fastighetsägarna en framtidssäkring med service och enkelhet i fokus.

5. Sammanfattning och slutsatser

Det finns en stor potential för en modernisering av branschen, men inget görs på grund av låg efterfrågan, då kunden inte vet inte vad de ska fråga efter. Samtidigt finns det inget utbud, eftersom installatörerna inte erbjuder det, på grund av brist på efterfrågan eller insikt i fördelarna för såväl kund som det egna företaget.

Allt talar för att värdet på mantimmar i installationsbranschen kommer att gå ner samtidigt som prispressen på installationsmaterial blir högre, på grund av pristransparensen i och med den digitala handeln. Branschen behöver ändra sitt synsätt på värdet av det som görs - kundnyttan, mervärdena och långsiktigheten måste förpackas och säljas som en helhet. Installatörerna behöver förstå vad installationen kan ge kunden - i det långa loppet - och prissätta sina tjänster därefter.

Det finns även en dold efterfrågan på detta - men den ligger högre upp i kedjan och synliggörs därför inte i beställningarna.

Tanken på ett följdprojekt till denna förstudie skjuts på framtiden då delar av insikterna kan utvecklas i det i dagarna ansökta projektet inom Samverkan och samverkanskunskap. Värdeleverans och värdeprissättning är centrala även inom detta område.

Hans Nyblom

Installatörsföretagen

Stockholm 2020 02 14