ANALYS ACME

Bakgrund

Ab ACME Oy

Företaget som enhet

Acmejänster, transport och installationer ute hos kund med certifierad personal och verktyg. Aktiva inom regionen med hemmabas i Jakobstads regionen. Utför även installationer utanför kärnområdet, i hela riket samt kombinerade transport och installations-projekt utanför landets gränser såsom Sverige och övriga Norden.

Skalbara värden

Företaget har enligt öppen info på nätet kring 10 anställda och en omsättning på ca 2 miljoner (2024) samt en hälsosam avkastningsnivå och jämn ökning av omsättning. Eftersom företaget drivs med dyr, certifierad utrustning så antar GRAFISK att offentliga uppgifter kan vara missvisande pga investeringsbehov och storprojekt som sträcker över lång tid (utan närmare betraktelse) men i det stora hela tyder allt på fortsatt tillväxt. Detta utreds vid möte med ACMEs personal och ekonomiansvariga ifall noggranna detaljer anses nödvändiga för webbprojektet.

Positionering

Ser vi på konkurrenssituationen i branschen så ter sig ACME att positionera sig i något av en tyngre mellanklass där företaget lokalt kan naggas av mindre aktörer underifrån men även känner tyngd från stora nationella företag, som har mångfaldig omsättning och lång historia i branschen. Detta som en allmän överblick med rätt stark mutu-tuntuma.

Verksamhetsmiljö

Branschen tävlar på lokal, regional och nationell nivå beroende på företagets storlek. Ur marknadsföringssynpunkt så finns det goda möjligheter att höja förtroendet, eftersom ACME-branchen ter sig mycket nätverks-betonat.

Vi menar, att det med effektiv kommunikation kan åstadkommas betydande framsteg för bättre synlighet och klart brand. GRAFISK vill påstå att det råder en viss “bekvämlighets soffa” där företag inte satsat så mycket på SEO och stark profilering. Man litar på jobb som redan är gjort. En bra - till - utmärkt möjlighet för ACME att ta åt sig av webb-synlighet.

Nyckelord för marknadsföringen

- Stärkt varumärkesbygge gäller
- Branschen lämnat dörren öppen för att erövra SEO andelar av andra
- Att låta STOR och orädd men utan att överdriva (men mäktigare hellre än ursäktande)
- Lyfta fram förtroende, referenser och fungerande nätverk i branchen
- Ha kortaste responstid på förfrågningar. AI och chat utvekling.
- Enkla formulär för offert och svar **inom 24h**
- All-Nordiskt verksamhetsområde (språk- och kulturledare) Låg tröskel till nya områden.

© Ab TETRIX Oy | GRAFISK Strategies | www.grafisk.fi | 010 219 3564 | sales@tetrix.fi | Third party use forbidden

ANALYS ACME

SWOT

STYRKOR

- God ekonomisk tillväx och aktiv för förändring
- Tillräcklig flotta för nyckeln i hand projekt åt kunden
- Nordisk spelare med orädd internationaliserings-möjlighet
- Flexande service med logistik och installation, klar för utmaningar
- Starkt namn i regionen och inarbetade kundrelationer

SVAGHETER

- Klen framtoning på nätet (satsning här kan ge stor effekt)
- Hamnar att åka i beskrivna branschers berg o dalbana och förfrågan
- Stor lokal flotta men kan te sig liten och okänd i nationella sammanhang
- Tillväxt beroende enbart av personliga nätverk (glömd marknadsföring)
- Jämntjock kommunikation med otäcka ord som “flexibla helhetslösningar”

MÖJLIGHETER

- Stark positionering på webben kan ge enorm synlighet gentemot konkurrensen
- Möjlighet att locka till snabba offertförfrågningar från oväntade håll
- Jourlika special installationer tillsammans med geografiskt obundenhet
- Bli sexig arbetsgivare och locka talanger med starkt brand
- Sociala medier korta stories och längre Youtube videor ger genomslag

HOT

- Närliggande branschen kollapsar fatalt
- Mindre företag äter upp små projekt med hård konkurrans om priset
- Storbolagen slukar alla storskaliga projekt genom bättre nätverkande
- Verktygs-utgifterna och energipriserna rusar i höjden
- Brist på kunniga installatörer och dåligt HR arbete

Verktyg från GRAFISK

Vi kan effektivt stärka företagets webb och ta positioner av konkurrensen, eftersom branschen inte verkar ha utvecklad SEO. Formulär, design och google reklam.

Mera bärande stories och videos behövs, också bortom Linked. Stärka synlighet.

Varumärkes jobb - planering. Sälja projekt. Svara direkt. Göra besökare till kunder!!!

© Ab TETRIX Oy | GRAFISK Strategies | www.grafisk.fi | 010 219 3564 | sales@tetrix.fi | Third party use forbidden

ANALYS ACME

Porters 5 krafter

ACME jobbar i en marknad där kunden har MYCKET stor makt och där konkurrenterna ser väldigt lika ut. Hoppar man mellan deras webbplatser så går det rundgång i kommunikationen. Att i detta sammanhang bygga ett starkt brand åt ACME kan dubblera fördelarna - eftersom de flesta konkurrenter verkar släpa efter på Internet.





1) **Hur enkelt kan det komma nya konkurrenter på marknaden?** På grund av kapitalkrävande investeringar dämpas möjligheten, men möjlig. Så länge ACME får sina yrkesmänniskor att stanna och vara lojala så bedömer GRAFISK att inverkan från nya företag på marknaden är liten men dock ej försumbar.

   > Stärkt marknadsföring där ACME tydligt ser kraftigare och större ut än mindre konkurrenter. Visa skalan på operativ förmåga och stöd med verkliga visuella boosters. Detta kommer att påbörjas i och med den nya webbsidan.





2) **Beroendet av/till leverantörer är starkt.** Maskintillverkare, specialverktyg, oljepriser och bränsle, reservdelar och yrkesfolk har stor inverkan. De kan inte enkelt bytas ut för att minska beroendet. Värsta scenariot är dock att tappa yrkeskunnig personal.

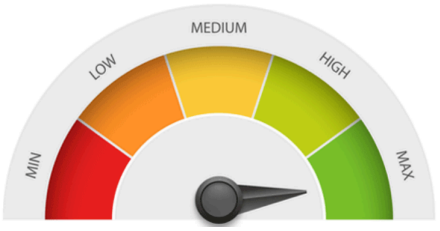
   > Stark rekommendation för att branda sig gentemot nya kommande stjärnor i manskapet. Detta anser vi behöver en omfattande omsorg på sikt.

   Varje satsad EUR på rekrytering är lika viktig som företagets varumärkesbyggande. Överväg att göra en rekryteringskampanj där en anställning på ACME ska bli en målsättning för unga. Vi rekommenderar inte bara en landningssida utan en genomtänkt plan med åtföljande snackisar på SOME.

© Ab TETRIX Oy | GRAFISK Strategies | www.grafisk.fi | 010 219 3564 | sales@tetrix.fi | Third party use forbidden

ANALYS ACME

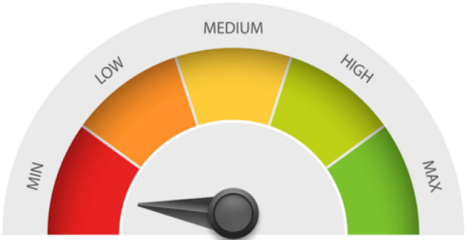




3) **Hur mycket tryck kan kunderna åstadkomma på företaget?** Vi anser att branschen kan vara känslig från köparens makt. Ifall det rör sig om "installationer" så kan kunden luta mot "halvdan installatör" och gå på pris allena. Googlar man på företag så kan man uppfatta att alla är samma skrot och korn. Här är det ytterst viktigt att stärka befintliga nätverk och slippa åka in i väggen med ständig pristävlan.

> När det blir lugnare på marknaden med ytterligare press. Det är viktigt att varumärket stärks och kommunicerar ett specialkunnande. Snabba svar, lätt att ta kontakt, specialprojekt och "tillräckligt stor" är nyckelord. Tillit! Visa och berätta att ACME kan det här - det blir klart! Skilj ur och bygga upp hög förväntan med brandet.





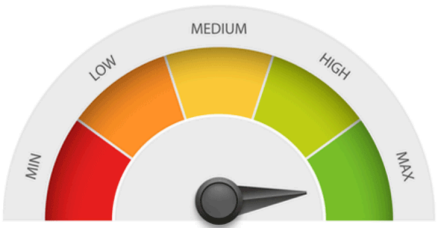
4) **Substitut, vad kan ersätta en installation?** Det är svårt att se hur en specialinstallation skulle kunna ersättas med något annat. Större bolag kan antagligen investera i egna men de har då samma problem med rekrytering och know-how flödet. Det kommer nog att finnas behov av ACME-installationer länge till.

> GRAFISK kan förtydliga hur ACME klarar projekt, oberoende av komplexitet. Brett utbud och starkt kunnande. Luta marknadsföringen mot lukrativare jobb som har mer krävande förutsättningar. Detta åtgärdas med pågående webbplats - ifall vi vinner offerten. Stark utveckling av AI verktyg och fortsatt kontroll av marknadsföringen. Se till att kunden märker skillnad på en installation och en ACME-installation.

© Ab TETRIX Oy | GRAFISK Strategies | www.grafisk.fi | 010 219 3564 | sales@tetrix.fi | Third party use forbidden

ANALYS ACME





5) **Konkurrensen inom branschen måste ses som stor.** Det finns fler företag, både lokala, regionala och landstäckande som kan röra om på marknaden. Det är svårt för en lekman att skilja ur ett från andra. Åtgärder som kringgår pristävlan måste till. Ytterst viktigt med profilering. Med risk för att upprepa mig så är det viktigt att skilja ur om det dock kan vara svårt bland installationsföretag. Ett första steg är givetvis att denna analys är gjord och ACME är trygg i att anpassa sig.

   > Att något är svårt betyder inte att det är omöjligt. Varumärket måste visa att vi är ett säkrare kort än små lokala “firmor” - förstörs alla våra elektroniska installationsverktyg samtidigt i ett åskväder - så kommer nästa installations team och tar över, **vi har kapaciteten**. Samtidigt är vi tillräckligt slimmade, små och hungriga för att fixa det som de stora kan - men snabbare!

   ACME blir inget offer för prisdumpning. Det måste finnas skäl till att söka mer specialiserat jobb. Visa styrka, handla med snabbhet och spritsa med trygghet. Referenser, trovärdighet och ett brand som visar att vi både vill och vi kan.

© Ab TETRIX Oy | GRAFISK Strategies | www.grafisk.fi | 010 219 3564 | sales@tetrix.fi | Third party use forbidden

ANALYS ACME

Tre säljnivåer – ACME INSTALLATIONER

I ACMEs bransch är det lätt att tro att affärer avgörs på kapacitet och pris. Men i längden avgörs de av *hur man kommunicerar sitt värde*. GRAFISKs modell med tre sälj nivåer hjälper er att förstå varför.

1. Mätbara egenskaper – nödvändigt men inte tillräckligt

Ni har starka fakta:

- installationskapacitet
- räckvidd
- maskinpark verktyg
- tillgänglighet

Detta bygger trovärdighet. Kunden behöver veta att ni klarar jobbet. Men många aktörer i er bransch stannar här.

Resultatet?
Dess värre. ACME uppfattas som utbytbara på en nivå där bara priset avgör.

ACMES MÅL PÅ DENNA NIVÅ: SVARSTID: 1 minut. Kunden ska få direkt svar med att ladda ner en pdf

2. Nyttan – där värdet börjar synas

När ni kopplar era resurser till kundens verklighet så händer något:

- snabbare montage
- färre driftstopp
- effektivt projektgenomförande
- bättre planering

Nu ser kunden inte bara *vad ni gör* – utan *vad ni möjliggör*.

Här börjar ni differentiera er.

ACMES MÅL PÅ DENNA NIVÅ: SVARSTID: 1 timme. Kunden får ett svars-samtal inom 60 minuter

© Ab TETRIX Oy | GRAFISK Strategies | www.grafisk.fi | 010 219 3564 | sales@tetrix.fi | Third party use forbidden

ANALYS ACME

3. Betydelsen – där affären avgörs

Men det som verkligen avgör är nästa steg.

Den som bokar en installation tar ett ansvar:

- att projektet håller tid
- att arbetet är säkert
- att inget går fel

Därför handlar beslutet i slutändan om trygghet.

“Kan vi lita på er när det gäller?”

När ni kommunicerar:

- erfarenhet
- kontroll
- säkerhet
- professionalism

…minskar ni upplevd risk. **Och det är då acme blir det självklara valet.**

ACMES MÅL PÅ DENNA NIVÅ: SVARSTID: 1 dag. Offerten mejlas på 24 timmar

INFÖR: 1 minut – 1 timme – 1 dag

1 min - Direkt respons. Stark webb och AI verktyg.

1 timme - Personlig kontakt. Samtal med kunden. Utse person.

1 dag - Offert Skriftligt erbjudande. Inte göra “som andra”. Fixa offertflödet.

© Ab TETRIX Oy | GRAFISK Strategies | www.grafisk.fi | 010 219 3564 | sales@tetrix.fi | Third party use forbidden

ANALYS ACME

- S L U T S A T S -

De flesta i er bransch säljer på nivå 1. De bättre når nivå 2.
Men de som vinner de bästa affärerna är de som når nivå 3.

GRAFISKs roll

Vi tar er till nivå 3 och hjälper er att:

A) visa vad ni kan
B) tydliggöra vad det ger
C) och framför allt: skapa trygghet i beslutet

…Så att ni inte bara får fler förfrågningar – utan vinner rätt affärer.

© Ab TETRIX Oy | GRAFISK Strategies | www.grafisk.fi | 010 219 3564 | sales@tetrix.fi | Third party use forbidden