

Case: Cramo

Hur smart tänk och lite humor kan lyfta försäljningen

”Gör Cramo till kundernas förstahandsval”

Hur smart tänk och lite humor kan lyfta försäljningen

Cramo är ett av Europas ledande företag inom uthyrning av byggutrustning. Ca 85 % av kunderna utgörs av byggföretag.

Utmaningen

Cramos erbjudande är rationellt sett snarlikt konkurrenternas. Man hyr ut samma typ av maskiner, till ungefär samma pris och depåerna finns på ungefär samma ställen.

Hur skapar man då en skillnad, och får de potentiella kunderna att föredra Cramo framför andra leverantörer? Lösningen ligger i att genom två steg få kunderna att tänka rätt – först genom att göra valet av leverantör viktigare och därefter genom att belöna rätt val.

Analysen

I teorin är Cramos köpprocess enkel. Byggbolagets inköpsavdelning skriver ett avtal med någon av leverantörerna och alla i byggbolagets organisation förväntas därefter följa rekommendationen.

I verkligheten är den betydligt mer komplex eftersom besluten till vardags tas på byggarbetsplatsen, eller t.o.m. av byggaren som åker iväg för att hyra maskinen. Om man tvingas använda en viss leverantör som man inte känner för att åka till, kan en byggare alltid hävda att utrustningen inte gick att hyra och att hon eller han behövde hyra hos den andra leverantören för att över huvud taget kunna jobba.

Principen

Rätt kanalval måste styras av målgruppen och dess vanor. I Cramos fall är en majoritet av målgruppen män med hyfsad internetvana. De gillar sport, film och ett gott skratt.

Vi utnyttjade breda medier som radio och annonsering för att introducera kampanjen och huvudsakligen digitala medier för att engagera målgruppen och belöna rätt val.

Lösningen

Basen för kampanjen blev en tävling om vem som är ”Sveriges roligaste byggare”, där vinnaren fick en all inclusive-resa för två.

Byggnadsarbetare filmade roliga händelser på arbetsplatsen och laddade upp dem till en YouTube-kanal via en app. Filmerna speglades in på en kampanjsajt där kollegor, släktingar och vänner kunde rösta. På kampanjsajten kunde besökare också ta reda på mer om fördelarna med att hyra utrustning i allmänhet och fördelarna med Cramos uthyrning i synnerhet.

Resultatet

”Byggare och hantverkare i hela Sverige uppmanades att skicka in bidrag och att rösta. Uppmärksamheten blev fantastisk och över 45 % i målgruppen var intresserade av att delta aktivt. Åttio procent beskrev kampanjen som ett roligt grepp och mer än 50 % av målgruppen angav dessutom att kampanjen haft en positiv inverkan på både deras intresse för, och inställning till, Cramo. Vi vet att vi nådde ut med budskapet och att anslaget i kampanjen fungerade, och idag är ”For a great day at work” vårt övergripande kommunikationstema på alla marknader.”

Anders Collman

Communications Manager, Cramo

En roligare dag på jobbet



Kampanjstrategi och -tema

Utveckling av "Sveriges roligaste byggare" inklusive fem exempelfilmer.

Introduktion av kampanjen

Annonsering och radiospottar som bjöd in byggare till tävlingen. Skyltar på utyringsdepåer och på byggarbetsplatser.

Kampanjfunktionalitet

App för iPhone och Android som laddar upp filmer på YouTube, taggar dem och länkar dem till kampanjsajten. Kampanjsajt där filmerna visas och alla kan rösta, tillsammans med information om Cramo och fördelarna med att hyra utrustning.

Kampanjfunktionalitet



YouTube



Kampanjsajt



App

Introduktion av kampanjen



Skyltar



Sveriges mest internationella B2B-byrå

Vi hjälper företag med ambitioner att utveckla starka varumärken genom att skapa uppseendeväckande lönsamma kommunikationslösningar. Pyramid har tio år i rad blivit rankad som Sveriges bästa B2B-byrå i Årets Byrå. 2014 utsågs Webbyrån Petra till årets digitala byrå i Sverige.

Vi har plats för fler företag som delar våra ambitioner och vill bli globala vinnare. Välkommen att träffa oss förutsättningslöst.

Några som valt att arbeta med oss är:

Alfa Laval	Helsingborgs Hamn	Norden
Assa Abloy	Helsingborg	Perstorp AB
Awapatent	HemoCue	Posten Norge
Bluetooth	Hiab	Rapid
Borgestad Industries	Höganäs AB	Ruukki
Bostik	JBT Corporation	Rydahls
Bring	Kalmar	Saab
Contura	Lantmännen	Safmarine
Diab	Lindab	Sandvik
Duni	Maersk	SSAB
Ecophon	Medius	Stora Enso
Enfo	Midroc	Sulzer
Green Cargo	Munkfors	Tetra Pak
Gyproc	Navetti	Valmet
Haldex	Nederman	Yara



Pyramid Communication AB

Helsingborg

Box 1026 (Bergaliden 11)
SE-251 10 Helsingborg

Phone: +46 42 38 68 00
Fax: +46 42 38 68 68

Stockholm

Box 190 (Waterfront Building)
SE-101 23 Stockholm

info@pyramid.se
www.pyramid.se