

Fyrhjulsstyrda lastmaskiner

– Hur ser kunderna på detta styrsystem?

Four wheel steer loaders

– How do customers accept this steering system?

Martin Täljemark & Fredrik Wallin



Fyrhjulsstyrda lastmaskiner

Four wheel steer loaders

Martin Täljemark & Fredrik Wallin

Handledare: Thomas Björklund, SLU, Institutionen för Arbetsvetenskap, Ekonomi och Miljöpsykologi

Btr handledare: Niklas Wiklund, Wiklund Trading AB, Verkställande Direktör

Examinator: Jan Larsson, SLU, Institutionen för Arbetsvetenskap, Ekonomi och Miljöpsykologi

Omfattning: 10 hp

Nivå och fördjupning: Grundnivå, G1E

Kurstitel: Examensarbete för lantmästarprogrammet inom lantbruksvetenskap

Kurskod: EX0619

Program/utbildning: Lantmästare-kandidatprogrammet

Utgivningsort: Alnarp

Utgivningsår: 2013

Omslagsbild: Martin Täljemark

Serietitel: nr: Självständigt arbete vid LTJ-fakulteten, SLU

Elektronisk publicering: <http://stud.epsilon.slu.se>

Nyckelord: Lastmaskin, Kramer Allrad, styrsystem, fyrhjulsstyrning, komfort, service



Sveriges lantbruksuniversitet
Swedish University of Agricultural Sciences

Fakulteten för landskapsplanering,
trädgårds- och jordbruksvetenskap
Institutionen för biosystem och teknologi

FÖRORD

Lantmästare-kandidatprogrammet är en treårig universitetsutbildning vilket omfattar 180 högskolepoäng (hp). En av de obligatoriska delarna i denna utbildning är att genomföra ett eget arbete som ska presenteras med en skriftlig rapport och redovisas under ett seminarium. Detta arbete kan till exempel ha formen av ett mindre försök som utvärderas, en sammanställning av litteratur som analyseras eller någon form av undersökning. Detta arbete är utfört under programmets andra år och arbetsinsatsen motsvarar minst 6 till 7 veckors heltidsstudier (10 hp).

Vi är två studenter som har ett stort intresse av lastmaskiner och dess användningsområde. På Lantmästarprogrammet har vi läst kurser inom marknadsföring, vilket gjorde oss båda intresserade av att göra en studie. Efter diskussion med Wiklund Trading AB kom vi gemensamt fram till att göra en studie av deras fyrhjulsstyrda lastmaskiner.

Ett stort tack vill vi rikta till Per Liljeblad, Niklas & Henrik Wiklund på Wiklund Trading AB som bidragit med synpunkter, råd och kundlistor. Vi tackar även samtliga som deltagit i våra intervjuer och bidragit med svar på våra frågor samt Thomas Björklund som varit vår handledare under projektets gång.

Alnarp maj 2013

Fredrik Wallin & Martin Täljemark



INNEHÅLLSFÖRTECKNING

FÖRORD	1
SAMMANFATTNING	3
SUMMARY	4
1. INLEDNING	6
1.1 BAKGRUND	6
1.2 MÅL	6
1.3 SYFTE	6
1.4 AVGRÄNSNING	6
2. LITTERATURSTUDIE	7
2.1 INLEDNING	7
2.2 PRODUKTENS TRE NIVÅER	7
2.3 POSITIONERING	8
2.4 POSITIONERINGSSTRATEGIER	8
2.5 SWOT	9
2.5.1 Mikromiljö	9
2.5.4 Makromiljö	10
2.6 TRENDER	10
3. MATERIAL OCH METOD	12
3.1 PLANERING	12
3.1 UTFÖRANDE	12
3.2 SAMMANSTÄLLNING	13
3.3 METOD	13
4. RESULTAT	14
4.1 INLEDNING	14
4.2 UNDERSÖKNINGENS ÅLDERSFÖRDELNING MED BEFINTLIGA OCH POTENTIELLA KUNDER	14
4.3 SVAR FRÅN BEFINTLIGA KUNDER	14
4.4 SVAR FRÅN POTENTIELLA KUNDER:	19
4.5 SUMMERING AV RESULTAT FRÅN BEFINTLIGA KUNDER	24
4.6 SUMMERING AV RESULTAT FRÅN POTENTIELLA KUNDER	24
4.7 REKOMMENDATIONER TILL WIKLUND TRADING AB	25
5. DISKUSSION	26
6. REFERENSER	28
6.1 SKRIFTLIGA	28
6.2 MUNTliga KÄLLOR	28
7. BILAGOR	28
7.1 BILAGA 1 FRÅGOR TILL BEFINTLIGA KUNDER	29
7.2 BILAGA 2 FRÅGOR TILL POTENTIELLA KUNDER	31
7.3 BILAGA 3 POWER POINT, LASTMASKINEN	33

SAMMANFATTNING

Målet med undersökningen är att få kännedom om hur stort intresset är för Kramer Allrad's fyrhjulsstyrda lastmaskiner. Genom vår studie vill vi ta reda på kundernas uppfattning av för- och nackdelar med Kramer Allrad's lastmaskin.

Studien behandlar fyrhjulsstyrda lastmaskiner av märket Kramer Allrad. Styrsystemet på den här lastmaskinen gör den unik i sin storlek på marknaden. Efterfrågan på mindre och smidiga maskiner ökar i takt med att arbeten skall utföras allt mer effektivare. Ett vanligt och mer känt styrsystem idag är midjestyrning.

Vi har gjort en studie i Skåne som innefattar 10 potentiella kunder samt 10 befintliga kunder. Samtliga kunder har intervjuats personligen på deras arbetsplatser. De potentiella kunderna har tagit del av en Power Point presentation där information om maskinen har redovisats.

Frågorna behandlar viktiga områden vad det gäller val av lastmaskin, där ibland, styrsystemet, komfort samt tillgängligheten utav service och reservdelar. Respondenterna har även fått föreslå eventuella förändringar som skulle kunna göra lastmaskinen ännu bättre. Vi har även frågat vad respondenterna tycker är bäst hos andra typer av lastmaskiner. Vi har valt att inte blanda in pris i undersökningen eftersom priset kan ha en viss inverkan på svaren i undersökningen.

Undersökningen visar att intresse för maskinen finns. Befintliga kunder är mycket nöjda med maskinen där styrsystemets fördelar lyfts fram. Komfort och bekvämlighet har stor betydelse vid val av maskin. De potentiella kunderna tycker maskinens koncept låter intressant och hälften av dem skulle kunna tänka sig använda denna lastmaskin i framtiden. Respondenterna anser att maskinen är smidig då den styr på både främre och bakre axel. Eftersom tyngdpunkten inte förflyttas vid styrning har respondenterna även lyft fram den fördelen och menar att risken för olyckor, både klämrisk och vältolyckor, minskar. Undersökningen visar även att kunderna värdesätter komfort och tillgängligheten av service och reservdelar högt. Kunderna är mycket nöjda med sin återförsäljare.

Det fyrhjulsstyrda konceptet gör maskinen smidig tillsammans med en bra viktfördelning. Just detta koncept med fyrhjulsstyrning på en lastmaskin är ovanligt och ur konkurrenssynpunkt finns stora möjligheter. Kunder, som redan har maskinen, är övertygade om att en likadan maskin kommer att köpas när maskinbyte är aktuellt. De potentiella kunderna tycker att styrsystemet på maskinen är positivt och mer än hälften kan tänka sig använda denna maskin i framtiden. Resultat visar att det finns intresse för det fyrhjulsstyrda konceptet från Kramer Allrad.

Vi har också kommit fram till vissa förändringar som skulle göra undersökningen ännu bättre. Eftersom de potentiella kunderna aldrig hade testat denna typ av fyrhjulsstyrd lastmaskin, tror vi att en demonstration av maskinen där respondenten får möjlighet att testköra maskinen skulle vara bättre. En enklare variant är en demonstrationsvideo, som förklarar systemet på ett enkelt sätt.

SUMMARY

This Market research is based on four wheel steer loaders from the manufacturer Kramer Allrad. The drive control system on this type of loaders makes them unique in their size on the market. The demand for smaller and flexible machines is increasing in pace with the work to be carried out more efficiently. A more common and known steering control systems today are those used on articulated wheel loaders.

The goal of the survey is to get answers on how large the interest is of Kramer Allrad loaders with four wheel steering. The aim is to find out how well the market recognizes this concept as well as to get the answers on how great the need is for such a concept.

We have done a market survey in Skåne (southern part of Sweden) with 10 potential customers and 10 existing customers. All customers have been interviewed personally at their workplaces. Potential customers were presented a Power Point presentation (annex 3) including information to explain the four wheel steering concept.

The questions are based on certain important key areas when to select a wheel loader, including steering system, comfort and availability of service and spare parts. Respondents were also given the chance to come up with possible suggestions for changes and improvements to make the wheel loader more attractive. We have also asked respondents what they think is best with other types of loaders. We have chosen not to include pricing of the product in this survey.

Upon completion of the survey it was found out that there is an interest for this type of machine. Existing customers are very satisfied with the machine where the control system's advantages are highlighted. Comfort and convenience are important factors when choosing a machine. Potential customers seem to like the concept and half of them could imagine using this type of loader in the future. The big advantage, as previously mentioned, is the control system with its benefits. The respondent's comments that the machine is smooth as it steers on both the front and rear axle. Given the fact that you do not need to concentrate on the weight point and tip over risk at side when moving reduces, the risk for accidents, both crushing and roll-over accidents. We have also come to the conclusion that customers value the comfort and accessibility of service and spare parts. They are also very pleased and satisfied with the service they get from the present dealer.

The investigation has given us the response needed to fulfill the purpose of the investigation. Four wheeled steering concept makes the machine flexible together with an excellent weight distribution.

This particular concept with four wheel steering on a wheel loader is uncommon and out of the competition point of view, there are great opportunities to work further on with this concept. Customers who already have this machine are convinced that they will choose a similar machine again when it is time to replace the existing one.

Potential customers think that the control system of the machine is positive, and more than 50% of them might consider choosing this type of machine in the future. This

shows that there is an interest for the concept with four wheel steer loaders from Kramer Allrad.

We have also come up with some ideas how to do this type of survey even better. Potential customers had never before tested a four wheel steer loader. We believe that a demonstration of the machine on which the respondent would be able to do a test run of the machine would be the optimum. A more simple way would be to have a demonstration video, to explain the concept.

1. INLEDNING

I dagsläget är det vanligt att man tänker på midjestyrning när man pratar om lastmaskiner. Det blir allt mer vanligt med arbete i trånga utrymmen. Vilket medför att efterfrågan på mindre och smidiga lastmaskiner ökar. Säkerhet och en användarvänlig lastmaskin är viktigt för både företagen och brukaren.

Målgruppen för arbetet är aktiva lantbrukare och entreprenörer med behov av lastmaskiner.

1.1 Bakgrund

Bakgrunden till detta arbete är företaget Wiklunds behov av kunskaper om kundernas uppfattning av denna typ av maskin. Vi vill därför undersöka kundernas inställning till denna typ av lastmaskin, som i huvudsak bygger på fyrhjulsstyrningskonceptet. Wiklund Trading AB utökade sin produktportfölj med denna produkt för ca 3 år sedan. Idag är en stor del av lastmaskinerna midjestyrda. Det finns många entreprenörer och lantbrukare som aldrig tidigare har befattat sig med fyrhjulsstyrda lastmaskiner.

1.2 Mål

Målet med undersökningen är att få kännedom om hur stort intresset är för Kramer Allrad's fyrhjulsstyrda lastmaskiner.

1.3 Syfte

Genom vår studie vill vi ta reda på kundernas uppfattning av för- och nackdelar med Kramer Allrad's lastmaskin.

1.4 Avgränsning

På grund av att personliga intervjuer tar mycket tid i anspråk, har vi valt att utföra undersökningen i Skåne. Vi har också valt att inte blanda in pris i undersökning, eftersom priset kan ha en viss inverkan på svaren i undersökningen.

2. LITTERATURSTUDIE

2.1 Inledning

Vad är en produkt? Vad gör företag för att öka värdet på sina produkter? Om man har en produkt med specifika värden, kan man utnyttja detta på något sätt? Hur når företag på ett optimalt sätt ut till kunderna? Vilka fördelar har företaget? Finns det möjligheter eller hot i omvärlden?

I nedanstående stycken behandlas dessa frågeställningar. Där ibland har vi produktens tre nivåer. Några positioneringsstrategier och analyser som görs för att på ett rätt sätt forma sin marknadsföring ut till kunden. Det beskrivs varför man ska ta hänsyn till möjligheter och hot i omvärlden samt analyserar svagheter och styrkor inom företaget. Slutligen så beskrivs tre vanliga trender som råder och hur dessa påverkar både makro- och mikromiljön i företaget. Det finns även information om företaget Kramer, som tillverkar dessa lastmaskiner, som är relaterat till de fakta som är dokumenterad.

2.2 Produktens tre nivåer

En produkt ska kunna beskrivas och förstås inom olika nivåer för att klassas som en produkt. (Mossberg, Sundström 2011, s. 246) En produkt är någonting som erbjuds på en marknad där den kan bli uppmärksam, förvärvat, användas eller konsumeras för att tillfredsställa ett behov. Det är med andra ord inte bara fyrkantiga objekt så som bilar eller telefoner utan det kan även vara service, arrangemang, organisationer, idéer, eller en blandning av dessa (Kotler, Armstrong 2010, s. 248). Produkten delas in i tre olika nivåer, kärnprodukt, faktisk produkt och utvidgad produkt, detta för att skapa ett högre värde på produkten. Kärnprodukten är det som motiverar till köp (Mossberg, Sundström 2011, ss. 246-247). Frågan är vad vi egentligen köper. Köper man en smartphone för att ringa på eller är det e-mail som är motivet till köp (Kotler, Armstrong 2010, s. 249). Detta är första nivån som sedan följs av nivå två, den faktiska produkten. Den faktiska produkten består av flera olika faktorer. Som exempel så kan det vara allt från varumärket, utseende, kvalitet eller något som urskiljer två liknade produkter åt. Den sista nivån kallas för utvidgad produkt. Denna nivå ska stärka produkten ytterligare. Den består oftast av försäkringar, serviceavtal, garantier eller tjänster som ingår när du köper produkten (Mossberg, Sundström 2011, ss. 246-247).

Kramers kärnprodukt är en lastmaskin. Den faktiska produkten är det som gör maskinen unik. Kramer erbjuder 3 typer av styrning, Fyrhjuls-, Framaxel-, och krabbstyrning. Standard på alla Kramer är fyrhjulsstyrning vilket de har 26 års erfarenhet av. Kramer har 200 olika valmöjligheter av extrautrustning, detta för att individuellt kunna anpassa varje maskin till kundens behov. De har 150 stycken tillbehör som är anpassade för maskinerna. 65 olika typer av däck finns tillgängliga för att möta de olika behov kunderna har (Kramer 2013a, s. 22). Den utvidgade produkten är service och garantier.

2.3 Positionering

Positionering handlar om hur företagets erbjudanden skall utformas för att på ett optimalt sätt fånga kundens uppmärksamhet. Man anpassar marknadsföringen till vad kunder tycker och tänker om erbjudandet. Oftast så har företagets image stor betydelse för erbjudandet. En avgörande betydelse för alla företag är att kunna urskilja sin produkt från konkurrenternas produkter. Företaget måste då ge en tydlig bild av produkten och hur den urskiljer sig. Det kan vara att produkten är dyrare jämfört med liknade produkter men samtidigt så är den av högre kvalitet. Man arbetar helt enkelt med att få kunden att förstå produktens fördelar genom att positionera den. Man arbetar samtidigt med varumärket och genom det så vill man att produkten ska uppfattas som något positivt, unikt, och ihågkommande (Mossberg, Sundström 2011, ss. 211-212).

I Kramers positionering så lägger man fram specifika egenskaper på maskinen som gör den unik. Man satsar mycket på kundens olika behov där man erbjuder många olika tillbehör till maskinen. Man visar att man är framåtstävande och hela tiden vill göra bättre och smartare maskiner allt efter kundernas behov (Kramer 2013a).

2.4 Positioneringsstrategier

Hur kommer köparen att uppfatta produkten i förhållande till konkurrerande produkter. Hur ska då ett företags strategi se ut för att på ett optimalt sätt nå fram till sina kunder. Det finns inget som säger exakt hur man ska göra men man brukar prata om tre olika analyser som bör genomföras, marknadsanalys, swot-analys, och slutligen en analys på konkurrenterna. Genom marknadsanalysen så kartlägger man olika segment. Det vill säga analys av kunder och potentiella kunders beteendemässiga, demografiska, psyko grafiska och geografiska segmentvariabler (Mossberg, Sundström 2011, s. 198). Genom swot-analysen så analyserar företagen sina egna svagheter och styrkor. Framtidsutsikter som produkten har och de resurser som man har tillgängliga skall analyseras och beskrivas. Den sista analysen inriktar sig på konkurrenternas produkter där man tar fram fördelar och nackdelar med deras produkter (Mossberg, Sundström 2011, s. 212).

Det kan samtidigt vara svårt att följa dessa modeller. Därför finns det olika typer av strategier som företag använder sig av. En av strategierna är, som vi nämnt, att lyfta fram de specifika egenskaperna som urskiljer sig från konkurrenterna. Dessa egenskaper skall göra produkten helt unik och skall då helt urskilja sig från konkurrenterna. För att lyckas med den strategin så måste den fördelen som lyfts fram vara såpass bra att den uppfattas som överlägsen andra produkter. Det kan till exempel vara en helt ny typ av produkt. Att vara marknadsledande är också en strategi. Genom det så vill man uppnå trygghet och förtroende mot kunderna samtidigt som man är den som konkurrenterna sneglar på. Om företaget har funnits länge och har en intressant historia bakom sig som man vill lyfta fram som något starkt och positivt mot produkten så kan man använda sig av storytelling. Genom att företaget får utmärkelser så kan man utnyttja dessa i sin positionering. Ytterligare en strategi är att försöka associera produkten med en konkurrents produkt där kunden redan associerar produkten med något positivt (Mossberg, Sundström 2011, s. 212).

Kramer använder sig av storytelling för att fånga kundernas förtroende när det gäller företagets innovationer. En av de viktiga värderingarna Kramer har är innovationer. I Kramers egna tidning så lyfter man fram sin historia som innefattar innovationer som börjat redan på 1930-talet. (Kramer 2013a, ss. 10-11).

Kramer använder sig också av utmärkelser i sin positionering. Kramer Allrad 650 fick Universal Design Award 2013 och IF Product Design Award samma år. I 60 år har IF Product Design Award varit ett erkänt varumärke när det gäller att utse enastående design. The Universal Design Award är en internationell tävling som har delats ut årligen sedan 2008 (Kramer 2013a, s.6).

2.5 SWOT

Genom swot-analysen har företag möjlighet att fatta strategiska beslut samt anpassa sig efter marknaden. Analysen består av en intern och extern del. I den interna delen analyserar man företagets styrkor(S) och svagheter(W). Det kan vara olika problem eller fördelar som företaget har. I den interna delen ingår faktorer som företaget själv har möjlighet att påverka. Genom analysen kan strategiska val göras. Företaget kan till exempel behöva satsa mer på kompetensutveckling och nyanställning (Mossberg, Sundström 2011, ss. 367-371). Externa delen består av möjligheter(O) och hot(T) i omvärlden. Hänsyn tas till omvärlden och här är företagets möjlighet att påverka mycket små eller inga. Man analyserar då trender i omvärlden som både kan vara positiva och negativa för företaget. Här gäller det för företaget att inse risker och gardera sig om ändringar skulle ske. Som exempel så kan ROT-avdraget plötsligt försvinna. Hur kan det då påverka verksamheten (Mossberg, Sundström 2011, ss. 367-371).



Figur 1.0 SWOT-analys

2.5.1 Mikromiljö

Som nämnts innan så vill man ta reda på företagets interna styrkor och svagheter. Här har vi alla i företaget och dess intressenter, alltså företagets mikromiljö. Vi har ägare i förhållande till bolagsform och ägande. Vad har man för förtroende till investerare och banker. Finns det goda möjligheter till lån (Mossberg, Sundström 2011, ss. 52-53).

Anställda: kompetens, inställning, lön osv. Har de anställda en positiv syn på företaget? Är de nöjda med lön och utvecklingsarbete? Är kompetensen tillfredställande?

(Mossberg, Sundström 2011, ss. 53-55). Samhällsintressen: Det finns både kommuner

och privata organisationer som kan följa företaget och påverka det. Media är en sådan. Hur ser kontakten ut med medier och hur väl får man ut sina budskap? Det gäller att ha god relation till kommuner och organisationer för att utåt sett få en bra relation till samhället (Mossberg, Sundström 2011, s. 55). Affärspartners: Hur är samspelet med kunder, distributörer och leverantörer. Här har vi allt från privata, industriella, offentliga, till icke vinstdrivande kunder. Distributionskedjors effektivitet och samarbete. Goda relationer och gott samarbete som underlättar för företaget och ger företaget goda möjligheter till expansion eller förändringar (Mossberg, Sundström 2011, 58-61). Konkurrenter: Hur ser konkurrenterna ut. Är det monopol eller fri konkurrens. Vad ska företaget satsa på och hur kan företaget bli bättre. Är företaget ensam på marknaden så måste man ta tillvara på den situationen (Mossberg, Sundström 2011, 63-66).

Ett exempel på hur Kramer har påverkat sin mikromiljö var Julen 2012. Då bestämde företaget Kramer att medvetet avstå julklappar inom koncernen och istället främja två sociala projekt i det närområdet. Tack vare kunder och affärspartners så kunde Kramer stödja regionala institutioner med detta projekt (Kramer 2013a, s. 23)

2.5.4 Makromiljö

Företagets externa del är dess makromiljö. Dessa är svåra att påverka för företaget. Det involverar flera olika parametrar. Samhälle och kultur är en av dem. Här undersöker företaget olika kulturella och samhällsskillnader som finns. Man får där följa och ta hänsyn till olika händelser (Mossberg, Sundström 2011, ss 75-80).

Politik och lagstiftning. Regler och lagar ändras. Förutsättningarna ändras hela tiden med vad och hur de politiska besluten blir. Dessa kan ha stor inverkan på företagens verksamhet (Mossberg, Sundström 2011, ss 81-83).

Ekonomi påverkar mycket. Hur stor är köpkraften hos befolkningen. Har lönsamheten för vissa produkter gått ner på grund av dyrare tillverkning eller har köpkraften försämrats. Ekonomiska svängningar i omvärlden påverkar mycket beroende på verksamhet (Mossberg, Sundström 2011, ss. 83-84).

2.6 Trender

Det finns också olika trender som påverkar både makro- och mikromiljön. Tre av dessa är teknik, upplevelser och hållbarhet. Genom teknisk utveckling så har nya möjligheter att hitta nya marknader uppkommit. Företaget har också via teknik kunnat förbättra sin produkt, produktion samt effektiviserat den. Samspelet mellan kunder och företag har förbättrats. Detta sätter också större krav på företaget och man måste hela tiden ta till vara på informationsflödet som utspelar sig genom den nya tekniken (Mossberg, Sundström 2011, s. 88). Miljöskiftningar har gjort att både privatpersoner och organisationer blivit mer miljöinriktade. Konsumenterna vill allt mer ha hållbara produkter samtidigt så vill företagen visa att miljö och långsiktiga strategier sätts för att vinna konsumenternas förtroenden (Mossberg, Sundström 2011, ss. 90-92). Upplevelser blir vanligare och man vill uppleva något nytt. Företag anpassar sig efter detta och numera kan man köpa upplevelserrelaterade produkter. Man utgår från de fem sinnena när man går efter hur produkten upplevs (Mossberg, Sundström 2011 s. 93).

Kramer utnyttjar den tekniska trenden genom att utveckla ett eget Telematic system. Systemet, som har satellitstöd, gör det möjligt att i realtid få detaljerad information om maskinen. Som exempel så kan man få information om, placering av maskin, driftstimmar, motorns kondition och tid för service. Kunden kan då få en mer effektiv användning av maskinen, särskilt om man har större maskinflottor (Kramer 2013b). Man har också utvecklat ett nytt diagnostikverktyg som ska ge en effektivare service till kunderna (Kramer 2013a, ss. 14-15).

Eftersom att den tekniska trenden sätter högre krav på företagen då informations ska vara lättillgängligt för kunderna har Kramer gjort en ny hemsida som ska ge en omfattande produktinformation till besökarna. Detta för att man vill visa upp ett hållbart företag och skapa förtroende för kunderna. Man visar bland annat viktig branschinformation och information om evenemang. Genom hemsidan vill man ge besökarna goda insikter i företaget (Kramer 2013a, ss. 20-21).

Kramer använder även trenden med utnyttjandet av ett eller flera av våra fem sinnen, detta genom att färga maskinerna i färgen grön. Den traditionella gröna färgen ska vara mer riktad mot jordbruket. Där vill man expandera distributionsnätet till de distributörer som är mer specialiserad mot jordbruksmaskiner (Kramer 2013a, s.7).

3. MATERIAL OCH METOD

3.1 Planering

Studien har gjorts i Skåne under 2 veckor i april. Intervjugruppen har bestått av 10 stycken potentiella kunder samt 10 stycken befintliga kunder. Med hjälp av Niklas Wiklund på Wiklund Trading AB har 10 stycken befintliga kunder plockats ut, med så stor spridning som möjligt över Skåne. Potentiella kunder har valts ut på underlag om att de har en annan typ av lastmaskin i dagsläget, likaså här spridning över Skåne. Det sattes ihop 14 stycken frågor till befintliga kunder (bilaga 1) samt 16 stycken frågor till potentiella kunder (bilaga 2). Anledningen till att inte frågorna är fler, beror på att intervjuerna skulle hållas inom ramen av 15 minuter. Frågorna är i stort sett likadana till båda kategorierna, lite skillnad eftersom de befintliga kunderna vet vad det handlar om medan dem potentiella kunderna inte har någon större erfarenhet av denna produkt. En Power Point presentation (bilaga 3) gjordes för att enklare kunna förklara för de potentiella kunderna vilken typ av maskin det handlar om. När frågorna var sammanställda gjordes en testintervju för att se eventuella brister i frågorna.

3.1 Utförande

Då alla personer som skulle intervjuas var listade, påbörjades intervjuerna. Det räknades med att hinnas med tre intervjuer per dag. Inga besök bokades lång tid innan, vid färd mot dagens första kundintervju kontaktades dagens andra kundintervju, och vid färd mot dagens andra kundintervju kontaktades dagens tredje kundintervju. Anledningen till att detta förfarande valdes var på grund av svårigheten att boka upp intervjutider med denna kundgrupp långt i förväg.



Bild 1: Intervju med en befintlig kund

Alla intervjuer gjorde vi tillsammans. Efter bokning av respondent så begav vi hos till dennes arbetsplats. Väl där så presenterade vi oss samt förklarade våra avgränsningar och syfte med studien. Därefter utfördes själva intervjun. Frågorna lästes upp och antecknades av samma person medan den andra mer fungerade som extra hjälp. Den som ringde respondenten fick intervju den. Vi turades om att intervju var annan gång enligt detta förfarande. Efter intervjun så var det mycket annat vardagligt prat. Många gånger fick vi guidad tur av respondenterna. Det längsta besöket tog över 2 timmar. Efter 8 arbetsdagar var intervjuerna klara.

3.2 Sammanställning

En sammanställning av alla svaren på frågorna gjordes i tabellform. Vi valde att inte ha färdiga alternativ till frågorna. Sammanställningen bygger helt och hållet på respondenternas svar. Därefter har svaren tolkats och sammanställts i olika kategorier. Kategorierna är baserade på respondenternas svar. Efter varje tabell finns en kommentar nedskriven som upplyser om relevanta slutsatser. Det finns även citat skrivna, för att då få en bättre bild över hur respondenternas svar har kategoriserats in, samt även ta del av intressanta fakta.

3.3 Metod

Den personliga kontakten är i vissa fall avgörande för att få kvalitativa svar på frågorna. Jämfört med andra metoder ger den personliga kontakten möjlighet till förtroende hos den intervjuade. Man får då ärligare och bättre svar samtidigt som man lättare kan identifiera komplexa frågor (Christensen, m.fl. s. 167). Intervjuer är oftast tidskrävande och kan även vara kostsamma till följd av resor. Det är därför viktigt att ha med detta i beräkningarna när man utformar mål och syfte med undersökningen (Björklund, Paulsson, s. 70). Den kvalitativa undersökningen används då man vill skapa en djupare förståelse för ämnet. Motsvarigheten till kvalitativ undersökning är kvantitativ undersökning. Kvantitativ undersökning baseras på information som kan värderas eller mätas numeriskt. Det som främst avgör om studien är kvalitativ eller kvantitativ är arbetets syfte. Den kvalitativa analysen är mer lämpad till observationer och intervjuer. I slutändan är det på vilket sätt informationen samlats in som är avgörande. Enkäter och undersökningar där matematiska modeller används är mer anpassade till kvantitativa studier (Björklund, Paulsson, s. 63).

4. RESULTAT

4.1 Inledning

I följande avsnitt är resultatet av alla respondenter sammanställt i tabellform. Efter varje sammanställning är även en kommentar inskriven för att upplysa om relevanta tal. Även citat är nedskrivna för att då få en bättre förståelse över svaren. Respondenterna har i många fall även utvecklat svaren till respektive frågeställning. Vi har valt ut några av dessa svar. Dessa svar finns redovisade efter respektive fråga.

Av tabell 1 framgår att undersökningen omfattar 10 befintliga kunder och 10 potentiella kunder.

4.2 Undersökningens åldersfördelning med befintliga och potentiella kunder

Tabell 1. Åldersfördelning befintliga kunder och potentiella kunder

Ålder	Befintliga kunder	Potentiella kunder
25-35	1	5
36-45	4	1
46-55	3	2
56-65	2	2
Summa:	10	10

Kommentar: Bland befintliga kunderna är den vanligaste åldern 36-45 år. Bland potentiella kunder är den vanligaste åldern 25-35 år.

4.3 Svar från befintliga kunder

Tabell 2. Är du ägare utav företaget eller anställd?

Ägare	7	70 %
Anställda	3	30 %

Kommentar: Merparten av respondenterna äger företaget.

Tabell 3. Vilken typ av verksamhet bedrivs hos dig?

Maskinuthyrning	3	30 %
Bygg/trädgård	6	60 %
Lantbruk	1	10 %

Kommentar: Den vanligaste verksamheten är inom bygg och trädgård. I lantbruk så används maskinen huvudsakligen till entreprenadkörningar.

Tabell 4. Vad har du för typ av lastmaskin idag utöver Kramer Allrad lastmaskin (styrssystem)?

Midjestyrd	3	30 %
Glidstyrd	0	0 %
Ingen annan	7	70 %

Kommentar: Merparten använde sig enbart av Kramer Allrad's lastmaskin. Lantbrukaren samt två av uthyrarna (tabell 3) var de som även hade en midjestyrd lastmaskin.

Tabell 5. Har du någon erfarenhet av eller har kört fyrhjulsstyrda lastmaskiner tidigare? (Detta är utöver den eller de befintliga maskinerna)

Aldrig kört	4	40 %
Testkört	2	20 %
Tidigare erfarenhet	4	40 %

Kommentar: Kunderna med tidigare erfarenhet har haft Kramer Allrad i över 10 år.

Citat:

”Inte förrän jag fick provköra en hos Wiklund trading” säger en som testkört maskinen.

”Jag har haft Kramer sedan tidigare, 1992, en Kramer 312” säger en som har tidigare erfarenhet.

”Nej, jag har ingen tidigare erfarenhet innan jag köpte min befintliga maskin” säger en som aldrig kört innan sin befintliga maskin.

Tabell 6. Hur ser du på styrsystemet hos denna produkt?

Mycket smidig	4	40 %
Smidig	4	40 %
Bra viktfordelning	2	20 %

Kommentar: Merparten tycker att det är en smidig maskin och alla var positiva till detta styrssystem. Det enda som togs upp negativt var körning i samband med godshantering.

Citat:

”Den är helt fantastisk smidig, mycket smidig maskin” säger en som tycker den är mycket smidig.

”Den är lättkörd och smidig, alla kan köra, påkörningar har minskat till noll” säger en annan av dem som tycker den är smidig.

”Kanon viktfordelning, bra när det är små marginaler, i terrängkörning av dyrbar utrustning” säger en som tycker viktfordelningen är bra.

Tabell 7. Vad tycker du är bäst om hos denna produkt?

Styrssystem	5	50 %
Låg maskin	2	20 %
Komfort	1	10 %
Lyft kapacitet	2	20 %

Kommentar: Fem tycker styrsystemet är bäst.

Citat:

”Fyrhjulsstyrningen är det som är det bästa” säger en som tycker styrsystemet.

”Lägsta maskinen i klassen, jag tar mig in i utrymmen med låg takhöjd” säger en som tycker låg maskin

”Fantastisk fin komfort, liten maskin, men en riktig hjullastare” säger en som tycker komfort var bästa egenskapen.

”Lyftkapacitet i förhållande till vikt” säger en som tycker lyftkapacitet.

Tabell 8. Har du några förslag på förändringar som skulle kunna göra denna produkt bättre?

Ingening	1	10 %
Värmesystemet	5	50 %
Acc-sommar	2	20 %
Stöldskydd	1	10 %
Krabbstyrning hos samtliga modeller	1	10 %

Kommentar: Fem tycker att värmesystemet på vintern inte var tillfredställande. Ägare av de större modellerna påpekar att acc inte är tillräcklig. De som har den mindre modellerna påpekar istället värmen.

Citat:

”Klimatsystemet är precis märkbar vid varma sommardagar, på vinter är den bra” säger en som tycker acc-sommar.

”Tar för lång tid att få upp värmen i hytten” anger en som tycker värmesystemet är den svagaste punkten.

”Samma nycklar till alla, man skulle haft kodad start av något slag” säger en som tycker stöldskyddet inte är bra.

”Om man kunde ha krabbstyrning på samtliga modeller, skulle varit fint att ha det på min maskin” säger den som angett krabbstyrning hos samtliga modeller är största förbättringsmöjligheten.

Tabell 9. Vad tycker du bäst om hos andra typer av lastmaskiner som erbjuds av andra tillverkare?

Inget	6	60 %
Midjestyrda teleskoplastare	1	10 %
Midjestyrning	3	30 %

Kommentar: Sex anser att det inte finns något som är bättre med andra typer av lastmaskiner.

Citat:

”Inga, jag ser inget annat alternativ” säger en som tycker inget på denna fråga.

”Lastbilar är höga nu för tiden, min teleskoplastare med utskjutbarsticka är riktigt bra då” säger en som tycker midjestyrd teleskoplastare.

”Fördelen med midjestyrning är att då blir gafflarna mer lättmanövrerade vid godshantering” säger en som tycker midjestyrning.

Tabell 10. Om du stod i maskinbytestankar, skulle du köpa en ny, likadan maskin?

Ja, absolut	2	20 %
Ja	7	70 %
Ja, utan tvekan	1	10 %
Nej	0	0 %

Kommentar: Samtliga skulle köpa en likadan ny maskin. ”Ja, absolut” säger en som tycker ja, absolut.

Tabell 11. Hur stor betydelse har bekvämlighet och komfort när du väljer den här typen av produkt?

Stor	8	80 %
Liten	1	10 %
Ingen	1	10 %

Kommentar: Totalt åtta stycken värdesätter det högt och menar att det är viktigt med en bra arbetsplats.

Citat:

”Mycket stor betydelse, viktigt med en bekväm arbetsmiljö” säger en som tycker stor betydelse.

”Standard, inte det bästa, men ändå tillräcklig” säger en som tycker liten betydelse.

”Vi hyr ut maskiner så för oss har komforten ingen direkt betydelse, nu får vi förvisso komforten med på köpet ändå” säger en som tycker ingen betydelse.

Tabell 12. Hur stor betydelse har tillgängligheten av service och reservdelar för dig?

Stor	10	100 %
Liten	0	0 %
Ingen	0	0 %

Kommentar: Samtliga kunder tycker att tillgängligheten av reservdelar och service har stor betydelse.

Citat:

”Väldigt stor betydelse, vid större fel vill man vara igång inom 24h” säger en som tycker stor betydelse.

Tabell 13. Skulle du kunna rekommendera denna produkt till andra?

Ja	9	90 %
Nej	1	10 %

Kommentar: Nio av kunderna rekommenderar denna produkt till andra.

Citat:

”Ja, absolut” säger en som tycker Ja.

”Med skräckblandad förtjusning, det kan konkurrera med min verksamhet och då är jag inte unik längre, nej” säger den som tycker nej.

Tabell 14. Är det viktigt för dig att maskinen även kan användas för transporter, såsom dragfordon?

Ja	5	50 %
Nej	5	50 %

Kommentar: De som svarade ja, använder sin maskin mycket till material och maskintransporter, samt ser en fördel med att kunna dra en vagn med lastmaskinen. Övriga fem var inte i behov av att kunna transportera något.

Citat:

”Otroligt viktigt, jag drar allt möjligt med min maskin” säger en som tycker ja.

”Inget behov, konkurrerar med eget sortiment” säger en som tycker nej.

Tabell 15. Är det viktigt för dig att maskinen kan förflytta sig snabbt på väg?

Ja	6	60 %
Ja/nej	3	30 %
Nej	1	10 %

Kommentar: Sex tycker att det är viktigt att maskiner kan förflytta sig snabbt på väg.

Citat:

”Ja, mycket viktigt, jag vill själv kunna förflytta mig på väg mellan uppdragen jag får” säger en som tycker ja.

”Ja, men vi tappar våra transporter och det blir extra slitage på maskinen, så det är både ja och nej” säger en som tycker ja/nej.

”Nej, ingen betydelse, jag är nöjd med min 30 låda” Sägar en som tycker nej.

4.4 Svar från potentiella kunder:

Tabell 16. Är du ägare utav företaget eller anställd?

Ägare	7	70 %
Anställda	3	30 %

Kommentar: Merparten är ägare av företaget.

Tabell 17. Vilken typ av verksamhet bedrivs hos dig?

Entreprenad	3	30 %
Lantbruk	5	50 %
Bygg	2	20 %

Kommentar: Fem av potentiella kunderna är lantbrukare.

Tabell 18. Vad har du för typ av lastmaskin idag (styrssystem)?

Fyrhjulsstyrning	0	0 %
Midjestyrning	3	30 %
Glidstyrning	2	20 %
Traktor	4	40 %
Ingen	1	10 %

Kommentar: Fyra använde sig av traktor med lastare.

Tabell 19. Har du någon erfarenhet, eller provkört fyrhjulsstyrda lastmaskiner tidigare?

Ja	8	80 %
Nej	2	20 %

Kommentar: Åtta har tidigare erfarenhet av fyrhjulstyrning dock ej denna lastmaskin. De har istället erfarenhet från fyrhjulsstyrda teleskoplastare.

Citat:

”Ja, jag har goda erfarenheter av teleskoplastare” säger en som tycker ja.

Tabell 20. Hur ser du på styrsystemet hos denna produkt?

Verkar bra	4	40 %
Bra, ingen klämrisk	1	10 %
Verkar smidigt	2	20 %
Väldigt tilltalande	1	10 %
Dålig	0	0 %

Kommentar: Alla kunder ser positivt på styrsystemet.

Citat:

”Det verkar bra, väldigt bra” säger en som tycker verkar bra.

”Bra, finns ingen risk för klämrisk i midjan” säger en som tycker bra, ingen klämrisk.

”Verkar smidigt som tusan” säger en som tycker verkar smidigt.

”Det verkar väldigt tilltalande” säger en som tycker väldigt tilltalande.

Tabell 21. Är du i behov av denna typ av lastmaskin?

Ja	5	50 %
Inte i dagsläget	2	20 %
Nej	3	30 %

Kommentar: Hälften ansåg ha ett behov av maskinen. Två hade inget behov i dagsläget.

Citat:

”En lastmaskin finner man alltid arbete till” säger en som tycker ja.

”I dagsläget har jag inget behov” säger en som tycker inte i dagsläget.

”Nej, jag är nöjd med min midjestyrd maskin” säger en som tycker nej.

Tabell 22. Vad tycker du bäst om hos denna produkt?

Styrsystemet	7	70 %
Dragfordon	2	20 %
Komfort/bekvämlighet	1	10 %

Kommentar: Sju tycker styrsystemet verkar bäst hos denna produkt.

Citat:

”Styrsystemet, det verkar smidigt och gör maskinen stabil” säger en som tycker styrsystemet.

”Drag, det är väldigt bra att ha den möjligheten att dra släp” säger en som tycker dragfordon.

”Enkel att ta sig in och ut ur, att man kan ta sig ut från båda sidorna” säger en som tycker komfort/bekvämlighet.

De som svara ja i tabell 21, dvs de som har behov av denna typ av maskin, svarade här: Tre svarade styrsystemet, En svarade komfort/bekvämlighet, En svarade dragfordon

Tabell 23. Har du några förslag på några förändringar som skulle kunna göra denna produkt mer intressant?

Tryckluftsbromsar	1	10 %
Olika däckdimensioner	1	10 %
Vet ej	8	80 %

Kommentar: Åtta har inga förslag till förbättringar av det som presenterades på Power Point presentationen, se (Bilaga 3).

Citat:

”Finns det möjlighet till tryckluftsbromsar?” undrar en som tycker tryckluftsbromsar.

”Hur ser det ut med olika däckdimensioner?” säger en som tycker däckdimensioner.

”Jag vet inte, svårt att påpeka något, men utifrån det som presenterats i powerpointen så har jag inga förslag” säger en som tycker vet ej.

De som svarade ja i tabell 21 svarade här: en tryckluftsbroms, en olika däckdimensioner och två vet ej

Tabell 24. Vad tycker du bäst om hos andra typer av lastmaskiner som erbjuds av andra tillverkare?

Komfort/bekvämlighet	3	30 %
Midjestyning	3	30 %
Glidstyrning	2	20 %
Vet ej	2	20 %

Kommentar: Blandade svar om vad som ansågs bäst hos andra typer av lastmaskiner. Tre tyckte att komfort var bäst och lika många var glada i midjestyning.

Citat:

”Gällande komfort så är sikten riktigt bra då tilltkolvorna sitter på sidorna på Ljungby lastmaskiner” säger en som tycker Komfort/bekvämlighet.

”Tycker det är bra med midjestyning men jag är öppen för nyheter” säger en som tycker midjestyning.

”Glidstyrningen på min Bobcat är riktigt smidig” säger en som tycker glidstyrning.

”Jag har inget direkt som jag kan komma på” säger en som tycker vet ej.

De som svara ja i tabell 21 svarade här: en svarade komfort, två svarade midjestyning och en glidstyrning, samt en vet ej

Tabell 25. Om du stod i maskinbytestankar, hur sannolikt är det att du skulle köpa just denna produkt?

Stor	5	50 %
Liten	2	20 %
Osannolikt	3	30 %

Kommentar: Fem svarar att sannolikheten är stor att köpa denna maskin vid maskinbytestankar.

Citat:

”Absolut, det är väldigt intressant” säger en som tycker stor sannolikhet.

”Liten, det beror på arbete” säger en som tycker liten sannolikhet.

”Inte aktuellt för mig, de är för liten maskin” säger en som tycker osannolikt.

De som svara ja i tabell 21 svarade här: Fyra stor och en svarade liten sannolikhet.

Tabell 26. Vad skulle göra det mer troligt att du skulle använda denna nya produkt? (Frågan ströks för de som redan hade ett behov, se (tabell 21))

Större maskin	2	20 %
Mindre maskin	1	10 %
Om behov finns	2	20 %
Behövde ej svara	5	50 %

Kommentar: Av de fem som var i behov av maskinen (tabell 21) har inte behövt svara på denna fråga.

Tabell 27. Hur stor betydelse har bekvämlighet och komfort när du väljer den här typen av produkt?

Stor	10	100 %
Liten	0	0 %
Ingen	0	0 %

Kommentar: Samtliga kunder vill ha en skön och trivsamt förarmiljö.

Citat:

”Stor betydelse, kör man många timmar så vill man ha bra komfort” säger en som tycker stor betydelse.

Tabell 28. Hur stor betydelse har tillgängligheten av service och reservdelar för dig?

Stor	10	100 %
Liten	0	0 %
Ingen	0	0 %

Kommentar: Samtliga kunder tycker tillgänglighet av service och reservdelar har stor betydelse.

Citat:

”Stor, går något sönder så vill man ha reservdelar fort” säger en som tycker stor betydelse.

Tabell 29. Skulle du rekommendera denna produkt till andra?

Ja	9	90 %
Nej	1	10 %

Kommentar: Nio skulle rekommendera denna produkt till andra.

Citat:

”Ja, absolut” säger en som tycker ja.

”Nej, inte i dagsläget” säger en som tycker nej.

Tabell 30. Är det viktigt för dig att maskinen kan användas för transporter, såsom dragfordon?

Ja	4	40 %
Nej	6	60 %

Kommentar: Sex av dem tycker inte det är viktigt att maskinen kan användas som dragfordon.

Citat:

”Ja, vi har mycket bal-, gödning- och utsädestransporter” säger en som tycker ja.

”Nej inte i dagsläget, men det är en bra möjlighet” säger en som tycker nej.

Tabell 31. Är det viktigt för dig att maskinen kan förflytta sig snabbt på väg?

Ja	9	90 %
Nej	1	10 %

Kommentar: Nio anser att det är viktigt med en lastmaskin som kan förflytta sig snabbt på väg. Den som svarade nej har inget behov av snabb förflyttning på väg.

Citat:

”Ja, jag vill inte lägga min för tid på vägarna, så en snabb maskin är viktigt för mig”

Säger en som tycker ja

”Nej, jag har inget behov av det i min verksamhet” säger en som tycker nej.

4.5 Summering av resultat från befintliga kunder

Merparten av befintliga kunderna äger företagen. Den vanligaste verksamheten är inom bygg- och trädgårdsanläggningsområdet. Majoriteten av respondenterna använde sig enbart av Kramer Allrad lastmaskiner. Tre av dem använde sig av midjestyrd lastmaskiner.

Merparten hade före köp inte befattat sig med en fyrhjulsstyrd lastmaskin tidigare medan de som har tidigare erfarenhet har använt sig av Kramer Allrad under minst 10 år.

Majoriteten anser att styrsystemet är smidigt eller mycket smidigt. Hälften tycker att styrsystemet är det bästa med denna lastmaskin.

När det gäller förslag på förbättringar svarar hälften att värmen i kupén är otillräcklig.

Bekvämlighet och komfort säger majoriteten att det har stor betydelse vid val av denna produkt.

När det gäller tillgänglighet av service och reservdelar svarar samtliga att det är av stor betydelse. Att kunna förflytta sig snabbt på väg med lastmaskinen anses vara mycket viktigt. Möjligheten till att använda lastmaskinen som ett dragfordon anses vara viktigt av hälften. Nio av tio svarar att de skulle kunna tänka sig rekommendera denna lastmaskin till andra företag. Merparten ser inga fördelar med andra typer av lastmaskiner från andra tillverkare.

Samtliga respondenter skulle vid maskinbyte köpa en ny likadan maskin.

4.6 Summering av resultat från potentiella kunder

Merparten av de potentiella kunderna äger företagen. Hälften bedriver lantbruksverksamhet, övriga bedriver bygg- och entreprenadverksamhet. Den vanligaste typen av lastmaskin är konventionell traktor med lastare. Ingen hade fyrhjulsstyrd lastmaskin.

Merparten har sedan tidigare erfarenhet av andra typer av fyrhjulstyrda lastmaskiner. Samtliga respondenter ser positivt på styrsystemet. Hälften ansåg sig vara i behov av denna typ av lastmaskin.

Det bästa hos produkten ansågs vara styrsystemet. Merparten hade inga förslag på förändringar hos produkten. Respondenterna ser olika fördelar hos andra typer av lastmaskiner. Vid maskinbytestankar är sannolikheten stor hos hälften att de skulle köpa

denna lastmaskin. Samtliga säger att bekvämlighet och komfort har stor betydelse vid val av denna produkt, det gäller även tillgängligheten utav service och reservdelar. Nio av tio svarar att dem skulle kunna tänka sig rekommendera denna lastmaskin till andra företag.

Mer än hälften tycker inte det är viktigt att maskinen kan användas som dragfordon. Det ansågs också mycket viktigt att maskinen kan förflytta sig snabbt på väg.

4.7 Rekommendationer till Wiklund Trading AB

Många av respondenterna är ägare av företagen. Samtliga befintliga kunder svarar att man kommer investera i en ny Kramer Allrad vid nästa maskinbyte och hälften av de potentiella kunderna anser att de har behov av denna typ av lastmaskin. Vanliga verksamheter är bygg- och trädgårdsarbeten och bland annat där anses smidighet vara maskinens stora styrka tack vare styrsystemet. Vid frågan om möjliga förbättringar av maskinen påpekar och svarar många kunder att värmesystemet är underdimensionerat. Komfort och bekvämlighet anses vara mycket viktiga faktorer. Samtliga potentiella kunderna ser positivt på styrsystemet hos denna produkt och anser att styrsystemet är den bästa funktionen på maskinen. Dessa kunder har dock aldrig provkört maskinen vilket är en förutsättning för att kunna säkerställa dessa fördelar.

5. DISKUSSION

Från början tänkte vi göra en studie i södra Sverige och intervjua 10 potentiella kunder samt 10 befintliga kunder i Stockholmsområdet, Västergötland och Skåne. På grund av tidsbrist fick vi reducera antalet intervjuer. Det blev endast intervjuer i Skåne. Vi själva är väldigt nöjda då vi snabbt insåg att det tar längre tid än man tror med personliga intervjuer ute på plats.

Vi sammanställde 14 frågor till befintliga kunder samt 16 frågor till potentiella kunder. Frågorna har berört maskinens egenskaper såsom styrsystem, komfort och förarmiljö. Vi har valt att helt avgränsa oss från pris i denna studie. Detta tror vi har gett oss möjlighet till att få in så bra och ärliga svar som möjligt.

Vi bestämde oss redan från början att göra intervjuerna ute hos kunden. Vi har större möjlighet för diskussion samt skapar förtroende. För oss ger det även en bra insikt om vilka verksamheter respondenterna bedriver.

Vi bestämde oss för att inte ringa några dagar tidigare och boka intervjutid. Orsaken är att vi anser att det är svårt att bestämma en tidpunkt för detta ändamål med denna kundgrupp.

Samtliga var väldigt positiva till att vi ringde samma dag och tackade ja till intervjun.

Skulle vi genomföra denna typ av studie igen hade vi sett till så att samtliga potentiella kunder fått möjligheten till att provköra denna maskin eftersom det är svårt att förklara hur en maskin verkligen är. Vi tycker att Power Point presentationen gjorde det hela lite enklare för oss att förklara hur denna maskin ser ut och fungerar. En demonstrationsvideo på lastmaskinen är något vi skulle vilja haft med i Power Point presentationen. På så vis hade respondenterna kunnat få ännu bättre inblick och förståelse för denna maskin.

Vi valde att inte använda oss av 1-5 alternativ i intervjuerna eftersom vi ville ha en kvalitativ undersökning som då skulle gå oss mer generella svar. Vi tror att den här metoden vi valde skulle ge bättre resultat och mer pålitliga svar.

Under arbetets gång har vi haft god kontakt med Wiklund Trading AB som är generalagent för Kramer Allrad lastmaskiner i Sverige. De har gett oss information om produkten, tillgång till befintliga kunder samt låtit oss testköra maskinen. Att vi fick provköra maskinen var mycket bra. Rik på egen erfarenhet kunde vi då enklare förklara för respondenterna hur maskinen verkligen är och det blev enklare för oss att besvara frågorna som uppstod vid intervjuerna.

Med denna studie som grund anser vi att kunden värdesätter komfort, tillgängligheten av service och reservdelar mycket högt. Vi kan konstatera att styrsystemet med dess fördelar ligger i fokus det vill säga det finns intresse och behov av den här typen av lastmaskin. Styrsystemet gör att maskinen bli smidig, låg, får en jämn viktfördelning och kan lagligt dra transporter. Styrsystemet, komfort och bekvämlighet är de stora fördelarna med maskinen. Vi blir hela tiden påmind av befintliga kunderna hur smidig och lättkörd maskinen är. De nackdelar som kommit fram är värmesystemet. Godshantering blir inte lika smidigt som med en midjestyrd maskin.

Vi insåg att tiden var i mot oss, om vi haft mer tid så skulle vi utvärderat våra frågor mer samt haft med den bedömningen i arbetet. I detta fall så gjorde vi endast en testintervju. Vi var tvungna att börja med intervjuerna tidigt, detta för att hinna utvärdera och göra klart arbetet i tid. Om vi haft mer tid så skulle vi börjat med att undersöka vad man ska tänka på när man intervjuar samt haft med den delen i litteraturstudien. Vårt förfarande gällande intervjuerna hade då blivit ännu bättre, mer genomtänkt och vi hade då haft bättre kunskap om vad man ska tänka på för att få så säkert resultat som möjligt.

Eftersom studien är baserad på 10 befintliga kunder samt 10 potentiella kunder så kan svaren rent procentuellt variera kraftigt. Man bör därför ha detta i åtanke när man analyserar de procentuella värdena.

Det hade varit intressant om det gjorts en liknande undersökning i resten av Sverige för att identifiera om kunderna i Sverige, baserat på geografiskt område, ser olika på vår frågeställning.

6. REFERENSER

6.1 Skriftliga

Mossberg, L., Sundström, M. (2011) *Marknadsföringsboken*. 1 uppl., Studentlitteratur

Kotler, P., Armstrong, G. (2010) *Principles of marketing*. 13 uppl., Global Edition

Christensen, L., Engdahl, N., Gräas, C., Haglund, L. *Marknadsundersökning – en handbok*. 2 uppl., Studentlitteratur

Björklund, M., Paulsson, U. (2003) *Seminarieboken – att skriva, presentera och opponera*. Studentlitteratur

Kramer Allrad (2013a) MAGAZINE issue 01/2013, Tillgänglig på:
www.kramer.de/magazin [2013-06-03]

Kramer Allrad (2013-02-01b) Telematic system. Tillgänglig på:
<http://construction.kramer-online.com/en/discover-more/news/view/article/79/Kramer-telematics-for-compact-construction-machines-productivity-and-efficiency-in-focus-1.html#.UaxeHZXFm9M> [2013-06-03]

6.2 Muntliga källor

20 respondenter

7. BILAGOR

Bilaga 1: Intervjuer med befintliga kunder
Bilaga 2: Intervjuer med potentiella kunder
Bilaga 3: Power Point, Lastmaskinen

7.1 Bilaga 1 Frågor till befintliga kunder

Frågor till befintliga kunder



Hur gammal är du?.....årOrt:.....

1. Är du ägare utav företaget eller anställd?.....

2. Vilken typ av verksamhet bedrivs hos dig?.....

3. Vad har du för typ av lastmaskin idag utöver befintliga Kramer Allrad lastmaskiner (styrssystem)?

4. Har du någon erfarenhet, eller kört fyrhjulsstyrda lastmaskiner tidigare?

5. Hur ser du på styrsystemet hos denna produkt?.....

6. Vad tycker du bäst om hos denna produkt?.....

7. Har du några förslag på förändringar som skulle kunna göra denna produkt bättre?

8. Vad tycker du bäst om hos andra typer av lastmaskiner som erbjuds av andra tillverkare?

9. Om du stod i maskinbytestankar, skulle du köpa en ny, likadan maskin?

10. Hur stor betydelse har bekvämlighet och komfort när du väljer den här typen av produkt?
.....
.....

11. Hur stor betydelse har tillgängligheten av service och reservdelar för dig?.....
.....
.....

12. Skulle du kunna rekommendera denna produkt till andra?.....
.....
.....

13. Är det viktigt för dig att maskinen även kan användas för transporter, såsom dragfordon?
.....
.....
.....

14. Är det viktigt för dig att maskinen kan förflytta sig snabbt på väg?
.....
.....
.....

7.2 Bilaga 2

Frågor till potentiella kunder



Frågor till potentiella kunder



Hur gammal är du?.....årort

1. Är du ägare utav företaget eller anställd?.....

2. Vilken typ av verksamhet bedrivs hos dig?.....

3. Vad har du för typ av lastmaskin idag (styrssystem)?.....

4. Har du någon erfarenhet, eller provkört fyrhjulsstyrda lastmaskiner tidigare?.....

5. Hur ser du på styrsystemet hos denna produkt?.....

6. Är du i behov av denna typ av lastmaskin?.....

7. Vad tycker du bäst om hos denna produkt?.....

8. Har du några förslag på några förändringar som skulle kunna göra denna produkt mer intressant?

9. Vad tycker du bäst om hos andra typer av lastmaskiner som erbjuds av andra tillverkare?

10. Om du stod i maskinbytes tankar, hur sannolikt är det att du skulle köpa just denna produkt?.....

11. Vad skulle göra det mer troligt att du skulle använda denna produkt?.....
.....
.....

12. Hur stor betydelse har bekvämlighet och komfort när du väljer den här typen av produkt?
.....
.....

13. Hur stor betydelse har tillgängligheten av service och reservdelar för dig?.....
.....
.....

14. Skulle du rekommendera denna typ av produkt till andra?.....
.....
.....

15. Är det viktigt för dig att maskinen även kan användas för transporter, såsom dragfordon?
.....
.....

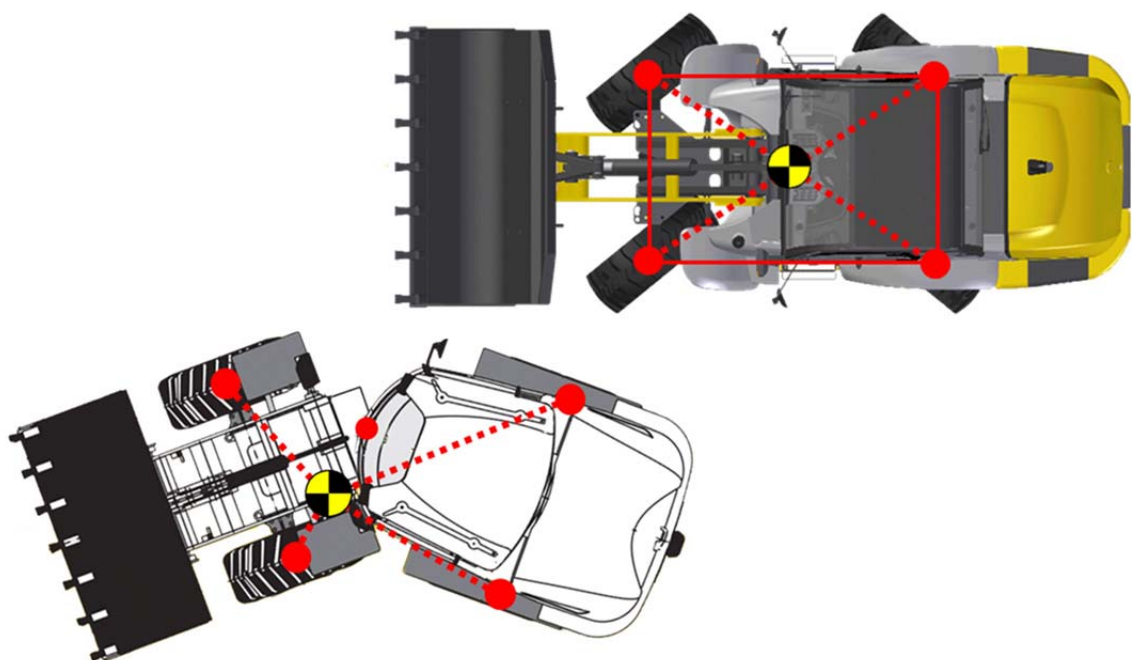
16. Är det viktigt för dig att maskinen kan förflytta sig snabbt på väg?
.....
.....

7.3 Bilaga 3 Power Point, Lastmaskinen

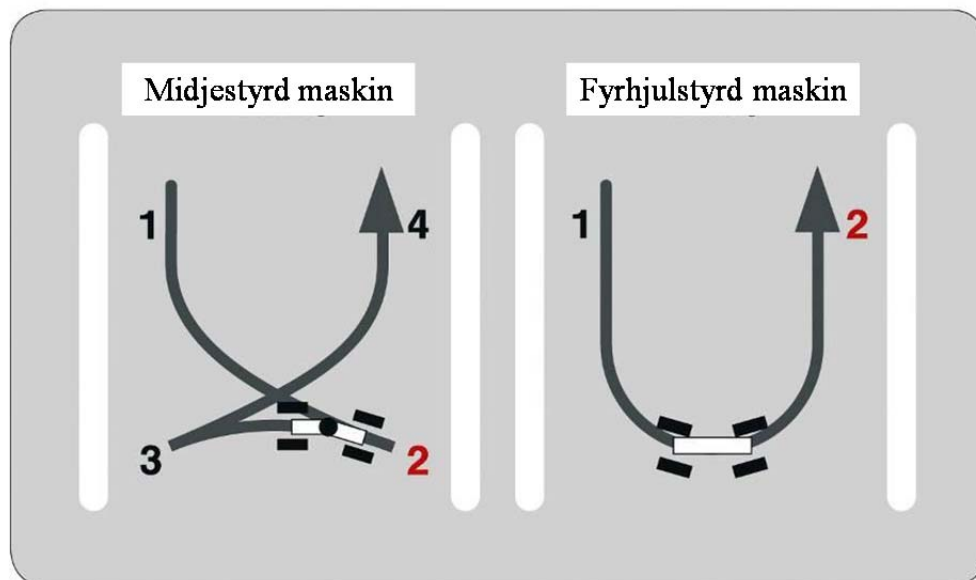
Lastmaskinen



Fyrhjulstyrt/midjestyrt



Öka din effektivitet



Ökad stabilitet med tyngdpunkten på samma ställe hela tiden



Hytt och förar komfort



Sikt från förarplatsen



Möjlighet med släp

