

Svensk Byggtjänst får konkurrens om byggvaruinformationen:

ByggfaktaDocu lanserar unik gratis digital tjänst

Sedan årsskiftet hårdlanserar de båda bygginformationsjättarna Reed Business Information Sweden (Byggfakta) och Docu Group en allvarlig konkurrent till Svensk Byggtjänsts byggvarudatabas. Under namnet ByggfaktaDocu samarbetar de två koncernerna i en digital tjänst som är gratis via Internet för alla användare. Kostnaderna står materialleverantörerna för. Svensk Byggtjänst har i stort sett haft monopol på byggvaruinformationen i Sverige.

– Bra med konkurrens. Det blir en osund situation med endast en aktör på marknaden, säger Jan Omfors, chef för marknadskommunikationen på Emmaboda Glas, som var en av de första att ansluta företaget till ByggfaktaDocu och tillägger:

– Jag har inget mot Svensk Byggtjänst men tror att även de tvingas göra ett ryck för att möta konkurrensen. Det är bra.

Den stora skillnaden mellan de två aktörerna är betalningsmodellen. ByggfaktaDocu har valt att erbjuda tjänsten gratis till alla användare medan Svensk Byggtjänst tar betalt av såväl användare som materialleverantörer.

– För mig är det självklart att det är vi leverantörer som ska betala. Det handlar om att nå ut till så många som möjligt i det föreskrivande ledet på ett enkelt och informativt sätt. Och ByggfaktaDocu har onekligen skapat ett bra verktyg. Generellt sett tycker jag de flesta hemsidor är röriga och förvirrande. Den här är faktiskt mycket användarvänlig och dessutom snygg, det gillar jag, fortsätter Jan Omfors som tycker att det finns plats för både Svensk Byggtjänst och ByggfaktaDocu på den svenska byggvaruinformationsmarknaden.

Gratis är bra!

Just betalningsmodellen tilltalar även Rolf Ankerfors, VD för Trysil Byggprodukter AB:

– Logiskt att kunderna ska komma åt informationen gratis. Hittills är jag positiv till ByggfaktaDocu. Vi har redan fått respons av kunder som vill veta mer om våra produkter, säger Rolf Ankerfors men betonar samtidigt

att man aldrig kan byta den mänskliga kontakten mot Internet-handel:

– Okey, säljer man väldigt standardiserade mängdprodukter går det nog lika bra att göra affärer direkt via Internet. Men våra kunder efterfrågar ofta speciallösningar och då krävs personliga kontakter. Men som inkörsport och produkt/varuinformator är ByggfaktaDocu både enkel och tillgänglig för alla våra kundgrupper, vilket är ett måste om man ska vara med. Syns man inte bra via Internet finns man snart inte, så är det nog.

CAD-detaljer, beskrivningstexter, bilder och information samt kontakter till leverantörerna är mer eller mindre ett minimikrav från marknaden, säger Pär Fack, VD för Product Center som driver tjänsten ByggfaktaDocu.

Allt började med att Docu Group förvärvade ett tyskt s.k. .com-bolag med ett mycket väl utvecklat verktyg för byggvaruinformation. Ett samarbete med Reed Business Information Sweden som äger Byggfakta inleddes och med de båda koncernernas gemensamma kunskaper och databaser utvecklades en svensk variant av produkten. När den sjösät-

"Generellt sett tycker jag de flesta hemsidor är röriga och förvirrande. Den här är faktiskt mycket användarvänlig"

Internet viktigt

Utan tvekan är det så att Internet får en allt större betydelse även inom den professionella byggsektorn. Såväl entreprenörer som det föreskrivande ledet har snart som minimikrav att produkterna och varorna ska gå att finna på Internet.

– Redan i vår tämligen omfattande förstudie fick vi bekräftat att Internet betraktas som ett mycket viktigt arbetsredskap. Att finna

tes vid årsskiftet handlade mycket om att beskriva för såväl användare som materialleverantörer att den tämligen avancerade bakomliggande tekniken resulterade i en mycket användarvänlig och framför allt träffsäker byggvarudatabas. Att den sedan blev gratis för användarna är det väl ingen som har något emot.

– Nej, faktiskt inte. I stort sett hundra procent av de leverantörer vi varit i kontakt med



Det var fullt drag i ByggfaktaDocus monter på NordBygg. Här är det Björn Cuno, ByggfaktaDocu, som demonstrerar verktyget för en intresserad besökare.



Pär Fack, VD i Product Center, är mycket nöjd med den respons ByggfaktaDocu fått av marknaden sedan lanseringen vid årsskiftet.

anser det självklart att det är dom som ska stå för kostnaderna, fortsätter Pär Fack.

NordBygg – succé!

Det stora publika testet gjordes på NordBygg. Reaktionen var mycket positiva. Gruppen bakom ByggfaktaDocu fick bekräftat att "Bygg-Sverige" är moget för digital byggvaruinformation som är gratis och alla har fri access till.

Tekniskt fungerar trafiken via ByggfaktaDocu på följande sätt:

- Landets beslutsfattare som är kopplade till byggprojekt lotsas via Byggfaktas kvalitetssäkringssystem fram till Byggfakta-Docus hemsida.
- Besökaren på www.byggfaktadocu.se gör oftast en varugrupsökning, ex. golv.
- Den kraftfulla sökprocessen startar. Samtliga träffar i systemet visas i en översikt där betraktaren direkt ser vilken typ av information leverantören valt att publicera och kan utifrån den informationen gå vidare ända ner på detaljer i produktsortimentet. Om en sökning, mot förmodan, inte ger en träff via

ByggfaktaDocu kopplas automatiskt Googles in och det innebär i sin tur att besökaren i stort sett alltid får träff vid sökning.

Varför har Googles kopplats till systemet?

– Vi tror att ByggfaktaDocu är en ypperlig start för alla sökningar inom den här sektorn. Efter en titt på vår struktur blir man ganska tidigt varse skillnaden mellan att vara med i ByggfaktaDocu eller att bli "hittad" via Googles. Våra kunder drar sina egna slutsatser där de känner sig mest bekväma med sin publicering av sina produkter och varor, säger Pär Fack.

Enorm privatmarknad

Att den professionella marknaden är grunden för verktyget råder det inga som helst tvivel om. Men det går inte att bortse från den enorma privatmarknaden som stadigt växer. "Gör-det-självare" vill hitta sina produkter på nätet och sedan handla av den lokale byggvaruhandlaren eller beställa direkt på nätet.

– Redan för fem, sex år sedan pratade man om att Internet är bra och naturligtvis kommit för att stanna. Men det gäller att finna de

rätta förpackningarna om man ska vinna besökarnas gunst. Hur får man på enklaste och billigaste sätt reda på det man vill veta? Jo, genom rätt struktur och förpackning av innehållet. Just nu har vi Europas bästa digitala verktyg för digital byggvaruinformation, det skäms vi inte för att påstå. Vi skäms inte heller för att erkänna att vi är en av två stora aktörer i Sverige – Svensk Byggtjänst är fortfarande störst när det gäller printmedia, det har vi heller inga problem med att erkänna. Men för många, både leverantörer och användare passar vårt digitala upplägg bättre, avslutar Pär Fack. ♦

Fotnot: Reed Business Information Sweden (Byggfakta) är marknadsledande i Norden på bygginformation. Företaget har varit verksam inom branschen sedan 30-talet. Verksamheter i Norden och USA.

Docu Group är ett internationellt informationsbolag med verksamheter liknande Byggfakta och Svensk Byggtjänst i bl.a. Tyskland, Schweiz, Österrike och Benelux-länderna.