



För Beijer är det självklart att alltid stötta hantverkare, det visar våra kampanjer såväl som våra många verktyg och tjänster, skriver Elisabet Heinrich.

2019-12-03 07:56 CET

Lös konflikterna: Beijer förklarar "Bygga åt idioter"

Debatten kring Beijer Byggmaterials nya kampanj "Bygga åt idioter" har varit het. De uppmuntrande och glada tillropen har varit många, men kampanjen har också genererat viss upprördhet. Därför vill Beijer nu förklara "Bygga åt idioter" med ytterligare tydlighet och släpper samtidigt en [specialsajt](#) kopplat till lösningar kring de olika kundtyperna i boken.

I media hör vi ofta om fuskbyggare och svindlare i byggbranschen. Var och varannan person tycks ha en egen skräckhistoria om just sina hantverkare.

Samtidigt berättar försvinnande få om de många fantastiska hantverkare som de haft erfarenhet av. Det hör till sakens natur: sällan är en problemfri historia en underhållande historia. Men tyvärr har detta fått till följd att just hantverkare blivit en av de mest utskällda yrkesgrupperna i Sverige. Därför tog vi fram "Bygga åt idioter" – för att belysa sidan som annars aldrig ges något utrymme. Nämligen hantverkarnas perspektiv.

Vi på Beijer lyssnade på våra kunder och tog del av berättelser från över femtio hantverkare. Utifrån dessa tog vi fram 13 olika typer av kunder som alla har sina egenheter, och beskrev dem i boken Bygga åt Idioter. Boken innehåller också tips på hur man kan hantera situationerna som kan uppstå mellan hantverkare och kund, eftersom vi på Beijer vill bidra till att skapa bättre förståelse och upplevelser i byggprojekt. Dessa tips tar vi nu vidare och på beijerbygg.se finns en [egen sida](#) full med förslag på lösningar kopplat till Beijer Byggmaterials olika tjänster och den kunskap vi bidrar med för att stödja våra kunder. Ett exempel kan vara hur en hantverkare och kund kommit överens om en lösning som ändras när kunden senare önskar en annan, dyrare, delkomponent. På grund av kommunikationsmissar förväntas ändå slutpriset bli detsamma, och när fakturan kommer så uppstår konflikt. Detta hade kunnat undvikas genom mer tydlighet och bättre kommunikation, vilket är lösningar som boken belyser men som också finns beskrivet i Beijers digitala applikation "Enkla kontoret".

Bokens titel har varit en stor bidragande faktor till att många reagerat och uppmärksammat boken och vi har frekvent fått frågan om vi anser att våra kunder är idioter. Svaret för oss är enkelt, vi anser inte att våra kunders kunder, slutkonsumenter är idioter. Ingen annan heller för den delen. Tvärtom så har vi stor respekt för Sveriges alla hemmasnickare. Titeln är snarare en lek med Thomas Erikssons bok "Omgiven av idioter" som syftar på att vi alla är olika, snarare än faktiska idioter. Titeln är också ett sätt för oss att väcka nyfikenhet, vilket den verkligen lyckats med – nu finns det verkligen en debatt att tala om! Den första upplagan av boken trycktes i 10.000 exemplar, och är helt slut. En andra upplaga är på väg ut. Samtidigt seglade podden upp som tvåa på poddtoppen och på Spotifys topplista med över 300.000 lyssningar. För första gången någonsin pågår en debatt, en dialog och en reflektion om vad det innebär att vara hantverkare. Därmed kan vi också säga att vi lyckats med vår ambition, nämligen att berätta en annan sida av historien och samtidigt skapa debatt om det gemensamma ansvaret för ett lyckat samarbete.

För Beijer är det självklart att alltid stötta hantverkare, det visar våra

kampanjer såväl som våra många verktyg och tjänster. Oavsett om det handlar om att ta fram branschens bästa e-handel, digitala tjänster eller logistik och leverans, så kokar vårt uppdrag alltid ned till att vi vill hjälpa våra kunder att hjälpa sina kunder. Men självklart är även våra privatkunder viktiga för oss, och våra många experter i varuhusen står alltid till förfogande även för dem.

”Bygga åt idioter” har redan uppnått mycket och lett till väntade såväl som oväntade reaktioner. Det som värmt allra mest är att många hantverkare hört av sig till oss och beskrivit vår kampanj som en på pricken exakt berättelse om deras yrkesliv. Därtill har många privatpersoner berättat för oss om hur de rodnat när de läst om kundtyperna, och känt igen drag hos sig själva som de inte noterat innan. ”Bygga åt idioter” har på så vis skapat nya tankar hos många människor, och vi är glada över att ha bidragit med detta.

Elisabet Heinrich, marknadschef Beijer Byggmaterial

Om Beijer Byggmaterial

Beijer Byggmaterial AB är Sveriges största helägda bygghandelskedja med 82 byggvaruhus över hela Sverige, inkl det nya förvärvet. Vi förser både byggproffs och hemmaproffs med byggmaterial, verktyg och tjänster av hög kvalitet. Beijer Byggmaterial omsätter över 5,7 miljarder SEK och har mer än 2000 anställda.

Beijer Byggmaterial ingår i STARK GROUP som är Nordens största distributör och av byggmaterial. STARK GROUP erbjuder ett brett utbud av tjänster till både entreprenörer och professionella hantverkare. STARK GROUP äger STARK i Danmark, Finland och Grönland, Neumann Bygg i Norge och Beijer Byggmaterial i Sverige.

Läs mer på beijerbygg.se

Kontaktpersoner



Saiva Zalkalns

Presskontakt

Kommunikationschef

saiva.zalkalns@beijerbygg.se

070 297 37 76



Elisabet Heinrich

Presskontakt

Marknad & Kommunikationschef

Marknadsföring & Kommunikation

elisabet.heinrich@beijerbygg.se

+46 (0)75 241 10 18