

Peikko Danmark ApS

Peikko Danmark ApS er et datterselskab af den finske Peikko Group Corporation, som er globalt førende inden for udvikling og produktion af innovative løsninger til byggebranchen. Virksomheden har eksisteret i Danmark i 20 år og er specialiseret i bjælker, samleelementer og beslag til beton- og hybridkonstruktioner. Med 14 medarbejdere i Danmark, hvoraf halvdelen er tekniske sælgere, har Peikko et solidt fodfæste i den danske byggebranche.

CASE: Peikko Danmark ønsker at få foretaget en målrettet strategi for at styrke deres position inden for træ- og hybridkonstruktioner. Casearbejdet indebærer at kortlægge markedet, analysere konkurrenter og udvikle en Go-to-Market strategi med et tilhørende budget for 2026, der understøtter Peikkos ambitioner om at udvide deres kundebase og øge synligheden over for arkitekter, bygherrer og træleverandører.

OVERVIEW

Virksomhed	Peikko Danmark ApS
Lokation	Magnoliavej 4A, 5250 Odense
Kontaktperson	Jonas Høg (Direktør) Lisa Nielsen (Marketingmedarbejder) Henrik Harder (Salgsansvarlig)

VIRKSOMHEDSPROFIL

Peikko Danmark ApS opererer som en del af Peikko Group Corporation, der globalt beskæftiger omkring 2000 medarbejdere og har hovedsæde i Finland. I Danmark består organisationen af 14 ansatte, herunder tekniske sælgere, en marketingmedarbejder, Lisa Nielsen, og en salgschef, Henrik Harder, og direktøren, Jonas Høg. Virksomheden er kendt for de innovative løsninger som blandt andet DELTABEAM®, som anvendes bredt i betonbyggeri.

Peikko fremstiller alle deres produkter på egne fabrikker i Europa og varetager selv dokumentation, produktudvikling og distribution. Salgsprocessen i Danmark er primært drevet af direkte relationer til ingeniører og elementfabrikker, hvor Peikko leverer teknisk rådgivning og support. Peikko har en veletableret position i betonsegmentet, men træ- og hybridkonstruktioner repræsenterer et nyt strategisk fokusområde.

Virksomheden har en ambition om at udvide deres produktportefølje til også at omfatte løsninger til træbyggeri. Det nuværende produkt til trækonstruktioner, ROOCO, er i en udviklingsfase. ROOCO er med andre ord ikke lige så velafprøvet på markedet som de resterende produkter: BESISTA, ATLANT og DELTABEAM®). Peikko ser et stort potentiale i at udvikle og positionere disse løsninger på det danske marked, her med særlig tyngde på ROOCO.

Hos Peikko er salgsprocessen drevet af en løsningsorienteret tilgang, hvor kundens behov og den samlede købsoplevelse er i fokus. Deres nuværende markedsføring er dog primært produktspecifik, men der er et ønske om – på sigt – at skifte mod en mere løsningsbaseret kommunikation.

Ift. frokost, så er der en gratis ordning hos Peikko, som man som talent kan få mulighed for at være en del af, hvis det ønskes. Orienter gerne Lisa herom, hvis det er et ønske.

CASEBESKRIVELSE

Byggebranchen i Danmark oplever en stigende efterspørgsel efter bæredygtige løsninger, herunder træ- og hybridkonstruktioner. Peikko Danmark ønsker at udvide deres markedsandel inden for dette segment og styrke deres position som en innovativ løsningsleverandør. Casen fokuserer på at identificere nye kundegrupper, forstå beslutningsprocesserne og udvikle en effektiv Go-to-Market strategi.

En central udfordring er, at beslutningsprocesserne ved træbyggeri adskiller sig fra betonbyggeri. Arkitekter og bygherrer spiller en større rolle i valg af materialer og løsninger, mens Peikkos traditionelle fokus har været på ingeniører og entreprenører. For at lykkes med at udbrede løsninger som ROCCO, BESISTA og ATLANT, skal Peikko Danmark kortlægge markedet, analysere konkurrenterne og udarbejde en målrettet markedsføringsstrategi.

Målet er at skabe en strategisk handlingsplan, der inkluderer en konkret salgs- og markedsføringsplan samt et budget for 2026. Casen indebærer både en analyse af markedets størrelse og en undersøgelse af beslutningstagernes behov og barrierer.

Hvis tiden er til det, ønsker Peikko at talentgruppen undersøger et stort antal ubearbejdede leads i deres CRM-system, som kan konverteres til salg gennem en struktureret tilgang til prioritering, opfølgning og løbende vedligeholdelse af data. Dette er nice to have og ikke need to have.

Under casearbejdet vil der naturligt være perioder, hvor talentgruppen vil have behov for at sparre med enten Lisa Nielsen fra marketingafdelingen samt Henrik Harder fra salgsafdelingen. Derfor er de – foruden Jonas Høg – også tilknyttet som kontaktpersoner på nærværende case.

KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser:

0. FASE: ONBOARDING OG FASTLÆGGELSE AF OVERORDNEDE MÅLSÆTNINGER:

- 0.1. Onboarding til virksomheden, deres vision, værdier, nuværende strategi og generelt det marked og branche, de opererer i.
- 0.2. Foretag en forventningsafstemning med teamet, herunder frekvens af feedback og sparring.
- 0.3. Foretag en dybdegående introduktion til casens udfordringer og virksomhedens ønskede resultat.
- 0.4. Gennemgå casens konkrete opgaver, og kvalificer de forskellige faser, hvor I vægter og prioriterer opgaverne efter deres vigtighed.
- 0.5. Fastlæg roller og opgaver iblandt teamet, således I internt ved, hvem der er ansvarlig for hvilke opgaver/områder: Hvem skal fx være projektleder?
- 0.6. Overstående punkter og forventningsafstemning udfyldes i samarbejde med virksomheden i onboardingsskemaet.

1. FASE: KORTLÆGNING AF VIRKSOMHEDENS PRODUKTER

- 1.1 Identificer og analyser Peikkos eksisterende produkter til træ- og hybridkonstruktioner (ROCCO, BESISTA, ATLANT og DELTABEAM®).
- 1.2 Undersøg produktstyrker og differentieringsmuligheder i forhold til konkurrenter.
- 1.3 Kortlæg interne ressourcer og kompetencer, der kan understøtte en Go-to-Market strategi.
- 1.4 Definér de primære tekniske og kommercielle USP'er (Unique Selling Points).
- 1.5 Hvordan adskiller Peikkos løsninger sig i forhold til konkurrenceparametre som pris, bæredygtighed og teknisk support?
- 1.6 Hvilke interne aktiver (f.eks. teknisk viden og markedsføringsmaterialer) kan understøtte strategien?
- 1.7 Konkurrentanalyse: Kortlæg og analyser konkurrenternes løsninger til trækonstruktioner og vindkryds.
- 1.8 Kortlægning af Peikkos fremtidige kunder for løsninger til træ (træ-producenterne):
 - 1.8.1 Hvilke er der? – Lav en listeoversigt.
- 1.9 Vurder størrelsen af markedet for trækonstruktioner i dag.

2. FASE: OPSAMLING, KRAV OG KONKRETISERING

3. Analyser beslutningsprocesser og købsmotiver hos arkitekter, bygherrer, ingeniører og træleverandører.
4. Identificer barrierer og udfordringer i overgangen til hybridkonstruktioner.
5. Kortlæg specifikke krav til produktkommunikation og markedsføringsmateriale.
6. Udarbejd anbefalinger til hvordan Peikko kan positionere sig som foretrukken partner.
7. Hvordan kan Peikko bedst tilpasse deres kommunikation til hver målgruppe?
8. Hvilke faktorer er afgørende for beslutningstagere, når de vælger leverandør?
9. Identificer branchens nuværende udfordringer og dilemmaer.
10. Udvikl en salgs- og markedsføringsstrategi med fokus på entreprenører, ingeniører, arkitekter og træleverandører.

3. FASE: MARKEDS- OG INTERESSENTANALYSE

- 3.1 Kortlæg markedets vækstpotentiale for træ- og hybridkonstruktioner.
- 3.2 Identificer konkurrenter og deres salgs- og markedsføringsstrategier.
- 3.3 Benchmark Peikkos produkter mod de mest anvendte alternativer.
- 3.4 Undersøg nye kundegrupper, herunder træproducenter og montagefirmaer.
- 3.5 Analyser kendskabet til Peikkos løsninger blandt arkitekter og ingeniører med særligt fokus på træsamlinger (ROCCO, BESISTA vindkryds, DELTABEAM og ATLANT søjler).

4. FASE: GO-TO-MARKET STRATEGI OG BUDGET FOR 2026

- 4.1 Udvikl en konkret og handlingsorienteret Go-to-Market strategi.
- 4.2 Skab en detaljeret markedsførings- og salgsplan med fokus på digitale platforme.
- 4.3 Udarbejd et realistisk budget for 2026 med udgangspunkt i analysens findings.
- 4.4 Udarbejd markedsføringsmateriale på dansk.
- 4.5 Udarbejd en rapport på engelsk.

VIDERE ARBEJDE (HVIS TIDEN ER TIL DET)

Peikko har et stort antal ubearbejdede leads i deres CRM-system. Disse leads kan potentielt konverteres til salg og bør systematiseres. Udvikl en struktur for, hvordan leads effektivt prioriteres og bearbejdes. Identificer de mest lovende leads og foreslå en kommunikationsstrategi til opfølgning. Udarbejd en plan for løbende vedligeholdelse og opdatering af CRM-data.

ØNSKET UDBYTTET FOR VIRKSOMHEDEN

- En handlingsorienteret **Go-to-Market strategi** målrettet træ- og hybridkonstruktioner.
- Et påbegyndt **budget for 2026** baseret på markedsindsigter og analyser.
- En detaljeret **markeds- og konkurrentanalyse** med identificerede vækstmuligheder.
- **Anbefalinger til målrettet markedsføring** og kommunikation mod nye interessenter.
- En afsluttende **rapport på engelsk**, der kan bruges som strategisk beslutningsgrundlag.

RELEVANTE KOMPETENCER

- ✓ **Tekniske profiler** (Byggeteknologi, Bygningskonstruktion) – Forståelse for bjælker, samlelementer og tekniske løsninger.
- ✓ **Markedsføringsprofiler** (Cand.merc. Marketing, Kommunikation) – Udvikling af Go-to-Market-plan og målrettet kommunikation til interessenter.
- ✓ **Strategisk/analytisk profil** (Business Intelligence, Forretningsudvikling) – Markedsanalyse og produkt-match til de rette kundegrupper.
- ✓ **Salgsorienteret profil** (Sales Management, B2B-markedsføring) – Relationsopbygning og eksekvering af salgsstrategi.
- ✓ **Projektleder** – enten tidligere erfaring eller mod på at træde aktivt ind i rollen

TALENTPROFIL

Som talent på denne case får du mulighed for at arbejde med en højaktuel og strategisk vigtig udfordring i byggebranchen. Du vil få hands-on erfaring med at udvikle en Go-to-Market strategi, gennemføre en markeds- og konkurrentanalyse og skabe konkrete løsninger, der kan implementeres direkte i Peikkos forretningsstrategi.

Gennem casen får du indblik i en global virksomhed, der er førende inden for innovative løsninger til både beton- og trækonstruktioner. Du vil arbejde tæt sammen med erfarne fagfolk og få mulighed for at præge Peikkos fremtidige position på markedet for træ- og hybridkonstruktioner. Casen giver dig chancen for at kombinere strategisk tænkning med

praktisk udførelse og levere en konkret Go-to-Market strategi, som kan skabe reel værdi for virksomheden.

Du vil udvikle kompetencer inden for markedsanalyse, konkurrentovervågning og strategisk kommunikation, samtidig med at du lærer at forstå de komplekse beslutningsprocesser i byggebranchen. Derudover får du mulighed for at dykke ned i datahåndtering ved at optimere Peikkos CRM-system og strukturere ubearbejdede leads med henblik på øget salg.