

VÅR SAK

Nyheter om och för
oss på Lambertsson

SOMMAREN 2022

Nu stärker vi vår närvaro och vässar varumärket

Tillsammans säkrar vi hela bygget och
skapar trygga och effektiva arbetsplatser



Bra *DRAG* över hela landet

Första halvåret bjöd på säljpush, nya etableringar och affärer. Vi har även stärkt upp organisationen med bland annat Erik Junker i en ny roll och rekrytering av Jack Len. Nu får vi möjlighet att bli ännu starkare och jobba ännu mer strategiskt med större frågor.

Bland annat ser vi att energi är på väg att bli en bristvara och priserna går kraftigt uppåt. Det påverkar alla, inte minst oss i byggbranschen.

"Vi ska inte bara följa utvecklingen, vi ska leda den"

Nu krävs krafttag för att ställa om till fossilfria maskiner och uppvärmning, vilket vi gör genom fler gröna alternativ. Detta blir också en konkurrensfördel som vi kan utnyttja i erbjudandet till våra kunder tillsammans med att prata ännu mer om våra helhetslösningar.

Vårens Säljpush 500 kan ni läsa mer om i detta nummer, där vi genomförde säljbesök över hela landet. Det har visat sig att vår lokala närvaro gör stor skillnad. Vi syns helt enkelt där vi finns, vilket bland annat Jennifer och Mikael i Malmö berättar mer om.

Trevlig läsning och bra kämpat med stegen i Challenge!

Per Hovbrandt

Sälj & Marknadschef
Lambertsson Sverige



INNEHÅLL

Peter Mikes – Kundfokus	4–5
Vårt varumärke	6–9
Säljpush 500	10–11
Omställningsarbetet	12–13
Kampanj Nordbygg	14–15
Varvsstaden i Malmö	16–19
Lambertsson Online – Kontrollintyg	20–21
Anders Persson, Produktadministratör	22
Jack Len, Region Syd	23
TA-kampanj	24–25
Handslaget – våra mål	26
Lambertsson Challenge	37
TA-transport	28–29
Vunna affärer	30–31
Runt om i landet	32–33
Lambertsson på sociala media	34–35



Tillsammans blir vi vassare!

Ännu mer kundinriktade - viktigt för att nå och behålla positionen som "branschens bästa partner".

Vi går redan mot höst och efter ytterligare ett intensivt halvår kan vi visa på flera förändringar som genomförts, som gör oss ännu vassare och mer kundinriktade. Vi har bland annat genomfört en framgångsrik Säljpush 500 som har lett till nya samarbetsavtal och fördjupade kundrelationer. Ju fler samtal som framkommer, med såväl nya som etablerade kundkontakter, blir det ytterligare bevis på vikten av att erbjuda kunderna helhetslösningar snarare än enstaka maskiner.

En annan konkurrensfördel är vår maskinpark som förnyas i stadig takt med gröna alternativ, och gör oss till en av branschens mest kompetenta inom området.

I vårt arbete gentemot våra kunder är det viktigt att ständigt verka för att hjälpa till med bättre rutiner och säkrare arbetsplatser. Bland annat genom att informera och aldrig tumma på säkerheten, lagar eller förordningar.

I detta nummer kan ni läsa om våra kollegor runt om i landet, som berättar om våra produkter och tjänster utifrån sin vardag. Det som dock inte tillhör vardagen var när den längsta och tyngsta transporten rullade på våra svenska vägar. Här visade våra medarbetare på att god planering är A och O. Detta är ytterligare bevis på att det är tillsammans som ETT Lambertsson vi gör skillnad och vinner nya affärer.

Peter Mikes

VD Lambertsson Sverige



Varumärket byggs när vi lever vårt löfte

Ett företags logotyp, bildspråk, färgval, tonläge och typsnitt är alla symboler som förmedlar något om oss som företag. Det bidrar till att antyda vem vi är, vad vi står för och vad vi tycker om i världen. Att det är så beror på att alla dessa visuella attribut bär med sig en rad mer eller mindre universella och förutfattade värden, associationer och känslor.

Ett varumärke är så mycket mer än så. Det är egentligen lika enkelt som det är komplicerat, för ett varumärke är i slutändan en känsla.

För oss på Lambertsson är varumärkesbyggande inte heller enbart en fråga om marknadskommunikation och visuell identitet. Det är lika mycket en fråga om beteenden, om verksamhetsarkitektur och allting där emellan. För allting vi gör och säger, i ord och i handling, skapar en sammanhängande berättelse som formar våra intressenters tankar, associationer och samlade uppfattning om Lambertsson. Du som individ, ja varenda en av oss, har makten att skriva den berättelse som formas i våra kunders medvetande.

Låt oss skapa en sammanhängande berättelse genom att tillsammans leva vårt varumärkeslöfte.
I ord och handling. Long live the brand!

Per Hovbrandt, Marknadschef
Lambertsson Sverige

God morgon Sverige.
Lambertsson är där när
Sverige byggs.

Lambertsson
Säkrar hela bygget

Hur och varför vi säkrar hela bygget

En kort presentation av vår nya varumärkeshandbok

Lambertsson har under våren arbetat fram en varumärkeshandbok som ska vara ett verktyg för organisationen. Tillsammans har vi ett brett erbjudande av produkter och tjänster som ska kommuniceras ut till många målgrupper. Denna varumärkeshandbok finns som stöd och med riktlinjer för hur vi ska kommunicera som ETT Lambertsson.

Handboken hjälper oss att ha en gemensam uppfattning om varumärket; vad det står för och hur vi agerar för att nå dit. Vårt varumärke består av flera delar; alla produkter, tjänster och verksamhetsområden utgör viktiga beståndsdelar tillsammans med alla kollegor. Genom att alltid ha samma grund, utgångspunkt och språk blir det tydligare för mottagaren. Tillsammans bildar detta vår identitet som blir fullständig och tydlig, både för oss och för våra kunder och mottagare.

Välkommen till Lambertsson och vår värld!

Vårt erbjudande:

- Vi ger dig kraften och musklerna till våra kunders byggprojekt
- Kortare byggtider och bättre kontroll över kostnaderna
- Genom nytänkande och yrkesskicklighet uppfyller vi våra kunders behov och förväntningar

Vi arbetar aktivt med våra kärnvärden:

- Jordnära
- Utvecklande
- Personliga
- Pålitliga

Vår vision:

- Branschens bästa partner

Vår mission:

- Vi effektiviserar byggbranschen och ökar våra kunders effektivitet och lönsamhet. Det gör vi genom att skapa säkra, hållbara byggprojekt



Online™

skapar
e öka
d

Med våra digitala verktyg ger vi våra kunder det de behöver för att förstå och optimera inhyrningen genom att erbjuda total och transparent översikt på maskinerna, från beställning till retur och därmed effektivisera hela projektet.

Lambertsson Online™

ativiserar
projekt

Lambertsson

Lambertsson
Säkrar hela bygget

kärpedup samt kom-
arbetsplatser.



Lambertsson Keep Out™

Skräddarsydda säkerhetslösningar som ger en trygg och lönsam arbetsplats dygnet runt. Keep Out erbjuder anpassade säkerhetslösningar för byggarbetsplatsen som övervakar alla eller utvalda delar.

Keep Out innehåller en rad åtgärder och produkter som gör att endast behöriga får tillträde. Våra tekniska lösningar ligger i framkant och är integrerade med Lambertssons övriga produkter och tjänster för att rätt personer ska ha åtkomst till bygget dygnet runt.



Tilltal

- Rätt person på rätt plats
- Behöriga äga tillträde
- Trygga och säkra byggarbetsplatser
- Trygg och lönsam arbetsplats dygnet runt
- Skräddarsydda säkerhetslösningar

Bildgestaltning

Relevanta foto med fokus på lösningar och funktioner som ingår i vårt Keep Out-koncept.

Keep Out har en unik logotyp som appliceras på byggarbetsplatser och i kommunikationen.



Planering, styrning
och genomförande

Att säkerställa logistiken
genom hela projektet

Att ingen ska komma till
skada när Sverige byggs

Att se till att maskinerna
används regelbundet

Digitala lösningar och
verktyg som sparar
tid och resurser

Lambertsson
Säkrar hela bygget

Att maskiner och
verktyg lagerhålls
på rätt sätt

Rådgivning med
spetskompetens

Alltid kunden
i fokus och
leveranser i tid

Kostnadseffektiva
byggprojekt som reducerar
riskerna för fördröjning

Att ta kontroll över all
energiförbrukning på
arbetsplatsen

SÄLJPUSH 500 I MÅL

Nu stärker vi våra kundrelationer ytterligare

Mellan mars och juni genomförde vi en stor säljpush med målet att kontakta våra 500 största kunder. Varje region fick tilldelat 100 kontakter som skulle få ett personligt besök, med syfte att skriva nytt samarbetsavtal.

Under våren har det varit extra bra drag i organisationen och vi har vunnit nya affärer över hela landet. Säljpuschen har gjort det möjligt att fördjupa våra goda relationer med kunderna och gett oss nya personliga kontakter som är viktiga framåt. Det har varit tre intensiva månader och i slutet av juni kunde vi konstatera att organisationen tillsammans kontaktat 80 % av alla kunder.

Samtliga regioner fick fördela vem som skulle göra vad utefter en prioriteringslista. Efter hand har en gemensam arbetslista skapats som organisationen kan jobba utifrån. När det gäller samarbetsavtalen så innebär det rätt rabatter och förväntade volymer,

och handlar om att stärka och utveckla våra kundrelationer ytterligare.

Under hösten fokuserar nästa säljpush på Sinfra och vårt helhetsavtal med dem. Efter att vi vann nytt avtal, ska nu alla medlemsföretag kontaktas.

Den senaste tiden har vi lyft frågan om större affärer samt vikten av att komma in tidigare och få helhetsansvar för hela projekt. Därför är det viktigt att vi vågar sticka ut hakan och utmana våra kunder, vilket också har visat sig vara gynnsamt och ger oss ytterligare affärer.



Sinfra har tecknat ramavtal med Lambertsson

Sinfra är en upphandlingsorganisation som omfattar drygt 500 bolag som bedriver verksamhet inom fjärrvärme, VA och el. Lambertsson har sedan tidigare ett avtal med Sinfra om utrusning för avstängning av trafik.

och med detta avtal kan vi leverera hela vårt produktutbud och få ett mer komplett erbjudande gentemot Sinfra, säger Per Hovbrandt, sälj- och marknadschef. I praktiken blir det en effektivisering för bolagen i och med att de nu endast behöver en leverantör i varje projekt.

Lambertssons engagemang kring hållbarhet var en bidragande orsak till att man valdes ut som en av Sinfras leverantörer. I upphandlingen utvärderades parametrar som en klimatförbättrad maskinpark och fossilfria transporter.

– Vi blir väldigt glada över att värderas högt avseende vår miljöprofil. Det visar att vårt långsiktiga arbete med hållbarhetsfrågor bär frukt. Jag är övertygad om att det moderna sätt som Sinfra tar sig an miljöfrågor i upphandlingar på sikt är vägledande för hela branschen.

Ramavtalet har redan trätt i kraft och sträcker sig till maj 2024 med möjlighet till förlängning i ytterligare två år på initiativ av Sinfra.

Vi fortsätter ta tåten i omställningen

Lambertsson är och ska vara drivande i det viktiga arbetet med att minska byggbranschens och hela samhällets klimatpåverkan



Nu samlar vi bevis efter bevis på att vi tar flera kliv mot att erbjuda kunderna mer hållbara helhetslösningar. Till exempel har vi Varvsstaden som växer fram i Malmö där vi också har ett alldeles nytt kundcenter.

För oss på Lambertsson är det viktigt att vara drivande i arbetet med att minska byggbranschens och hela samhällets klimatpåverkan. Vi har bland annat tagit steget från fossila bränslen till el när det gäller driften av olika anläggningsmaskiner i vårt uthyrningssortiment. På så vis hjälper vi våra kunder att välja rätt maskiner och använda rätt tjänster för vår gemensamma framtid och som vi ofta säger så vill vi inte vara en del av problemet, utan en del av lösningen.

I kampanjen för "Lambertsson fortsätter att ta tåten i omställningen" kommer vi att fokusera på tjänsterna; Logistics, Control, Lambertsson Online och använda Varvsstaden som både referensprojekt och även lyfta vårt nya kundcenter.

Våra kunder ska veta att Lambertsson prioriterar hållbarhetsfrågan och tar frågan på allvar

Kampanjfakta

I kampanjen kommer fokus vara på att koppla samman tjänsterna med "gröna" fördelar. Här kommer några av våra budskap som också är bärande för vår kampanj:

- Lambertsson fortsätter att ta tåten i omställningen - Vi skapar affärsnytta samtidigt som vi minskar miljöpåverkan
- Stora förändringar med små insatser - Bidra till en hållbar utveckling – miljömässigt, ekonomiskt och socialt
- Vi är med och bygger en hållbar framtid – Hållbara val ska vara enkla att göra
- Grön kontroll över byggklimatet - Optimala energianvändningen för hållbar ekonomi och miljö



5 JÄMSTÄLLDHET

8 ANSTÄNDIGA ARBETSVILLKOR OCH EKONOMISK TILLVÄXT

7 HÅLLBAR ENERGI FÖR ALLA

9 HÅLLBAR INDUSTRI, INNOVATIONER OCH INFRASTRUKTUR

11 HÅLLBARA STÄDER OCH SAMHÄLLEN

13 BEKÄMPA KLIMATFÖRÄNDRINGARNA



VI ÄR DÄR NÄR SVERIGE BYGGS

Digital närvaro under Nordbygg

Våras gjorde vi en extra digital insats i samband med Nordbyggmässan, då vi ej hade någon fysisk närvaro. Syftet var att uppmärksamma vårt helhetserbudande genom att använda budskapet "Vi är där när Sverige byggs" samt "Vi säkrar hela bygget". Målet med kampanjen var att synas digitalt och få in nya intressanta leads.

Kampanjen riktade sig till byggbranschen och geografiskt område kring just Nordbyggmässan. I kampanjen bjöd vi in alla som vill träffa oss och veta mer till en lunch. Detta har gett en hel del nya kunduppslag och är ett intressant komplement till våra säljaktiviteter.



Om Nordbygg

Nordbygg är en återkommande mässa, som genomförs vartannat år, för aktörer i bygg- och fastighetsbranschen och lockar besökare från Sverige, övriga Skandinavien och även Baltikum och Europa. Innehållet spänner från diskussioner om byggandets villkor och stadsplanering till produkter och tjänster för produktion, underhåll och förvaltning av fastigheter.

Fakta om kampanjen

- **23 832 i räckvidd**
(dvs hur många som nåtts av kampanjen)
- **41 820 i exponeringar**
(dvs i hur många flöden den har "rullat" förbi utan att man klickat)



A large, multi-paned arched window in a brick building. The window is framed by a semi-circular arch made of red and white bricks. The glass is divided into a grid of smaller panes. The background outside the window shows a construction site with scaffolding. The foreground is heavily blurred, showing indistinct shapes and colors, including a prominent orange and red area on the right side.

Varvsstaden -ett hållbart projekt på många plan

Varvsstaden i Malmö växer fram till en av världens mest spännande stadsdelar. En hållbar stadsdel som tar tillvara på kontrasterna och resurserna som redan finns där. Där livet mellan husen är lika viktigt som livet i dem.

Stora mängder material som nu demonteras återbrukas och får nytt liv i nya projekt på området så att arvet efter varvet blir tydligt i den nya stadsdelen. Mitt i detta imponerande projekt har Lambertsson etablerat ett permanent kundcenter. Här följer intervju med Jennifer Svensson och Mikael Anderberg om arbetet på plats. >>

JENNIFER SVENSSON OCH
MIKAEL ANDERBERG,
VARVSSTADENS KUNDCENTER

Närheten ger oss möjlighet att vara där det händer

Vårt kundcenter i Varvsstaden i Malmö är nu öppet och invigt och ger oss en helt ny möjlighet till att vara nära våra kunder, berättar filialchefen Jennifer Svensson. Läget skapar även affärsmöjligheter att nå externa kunder som behöver vår hjälp. Det som ger oss många fördelar är att vi är med på plats från start, och vi är tillgängliga på ett annat sätt än våra konkurrenter.

– Här kan vi verkligen komma in tidigt i projekten och berätta om våra helhetslösningar, säger Jennifer som berättar om just vikten av dialog och kundfokus.

Det ska bli spännande att följa ett så här stort projekt som kommer att hålla på under väldigt många år. Det är viktigt att visa att vi finns på plats och är ute där det händer. Sen ligger vi på Lambertsson rätt i tiden med vårt hållbarhetsfokus, där alla måste vara med och bidra och där vi kan hjälpa kunden med alla aktuella krav som finns.

"Det händer så mycket ute i Varvsstaden, och det ska bli superkul att kunna blicka tillbaka"

När vi nu öppnar vårt kundcenter i Varvsstaden får vi en helt annan närhet till kunderna och får möjlighet att ligga i framkant i projekten på ett annat sätt än tidigare. Idag jobbar vi nära och mycket med Peab, men med vårt kundcenter ges möjlighet att nå externmarknad på ett annat sätt. Varvsstaden är en helt ny stadsdel som växer fram, där vi kommer att finnas i många år. Nu i början får vi se månad för månad hur det går, men redan nu känns det att vi ligger i framkant och att det finns stor potential när vi pratar om helhetslösningar och Lambertssons tjänster och produkter. För många kunder kan det vara svårt att se var man sparar tid och pengar, och där måste vi tillmötesgå kunderna och ha en god dialog, berätta om oss och vad vi kan erbjuda redan i planeringsfasen av projekten.



Mikael Anderberg är projektledare på vårt kundcenter i Varvsstaden, men har varit på Lambertsson sedan 1999 i olika roller. Han beskriver själv att hans styrka är att vara ute på plats och se både möjligheter och lösningar.

”Jag är jätligt nöjd och stolt över att jobba här”

– Det bästa med att vara projektledare är att direkt se resultat på det som görs och kunna vara delaktig från början. Här är jag ute hos kunderna varje dag och det är väldigt familjärt. För mig är det självklart att berätta om våra olika produkter och tjänster, och förutom att kunderna sparar tid och pengarna, så blir den största vinningen med vår närvaro att ledtiderna blir kortare. Hållbarheten och miljöaspekten är idag en allt större självklarhet och därför blir transportkostnaderna också en viktig del i planeringen.

– En av mina styrkor är mina 23 år i branschen, och att jag kan lite om mycket. Nu handlar det om att visa framfötterna och visa de befintliga kunderna att Lambertsson löser allting.

Ute på vårt kundcenter finns det inget bagage att ta hänsyn till utan allt är nytt. Det som vi gör nu är att blicka framåt och köra på, och vi drivs av att göra detta till Sveriges bästa och mest lönsamma filial. Vi kommer att kunna driva på och se resultat på ett helt nytt sätt, men nu handlar det om att bygga upp med infrastruktur och utveckla samarbeten med transporter och leveranser. Stor del handlar även om att berätta för våra kunder om våra helhetslösningar och se över vilka tjänster som är bäst för våra kunder. Vi kan redan se att kunder som använder våra tjänster blir fler och fler, ett exempel på detta är Lambertsson Online.

Kontrollintyg som skapar ordning och minskar kostnaden

Håll koll på intyg och undvika sanktionsavgifter direkt i Lambertsson Online för en säker arbetsplats.

Lambertssons digitala plattform; Lambertsson Online, fortsätter att öka i antalet användare. Enkelheten och smidigheten med digitala kontrollintyg har lett till att ännu fler av våra kunder har upptäckt fördelarna med att hantera sina projekt via Lambertsson Online.

”Systemet ger kontroll och minskar kostnaderna. Till exempel blir det enklare att hålla ordning på intyg för filterbyten i stoftavskiljare”

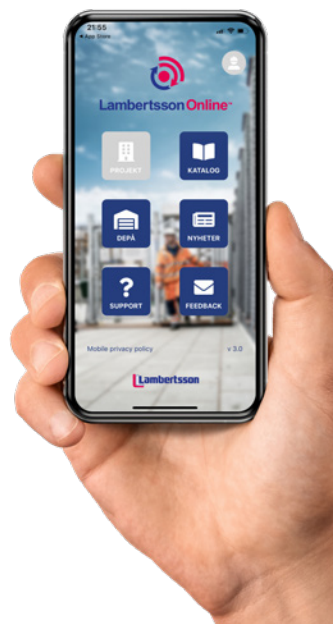
Via Lambertsson Online, som kan beskrivas som företagets digitala skyltfönster, presenteras både produkter och tjänster. Här hanteras även de digitala intyg som gäller för bland annat filter- och påsbyten i olika typer av maskiner. Det gäller inte minst stoftavskiljare och luftrenare som är nödvändiga i många byggprojekt, där tillsynen sköts av Arbetsmiljöverket.

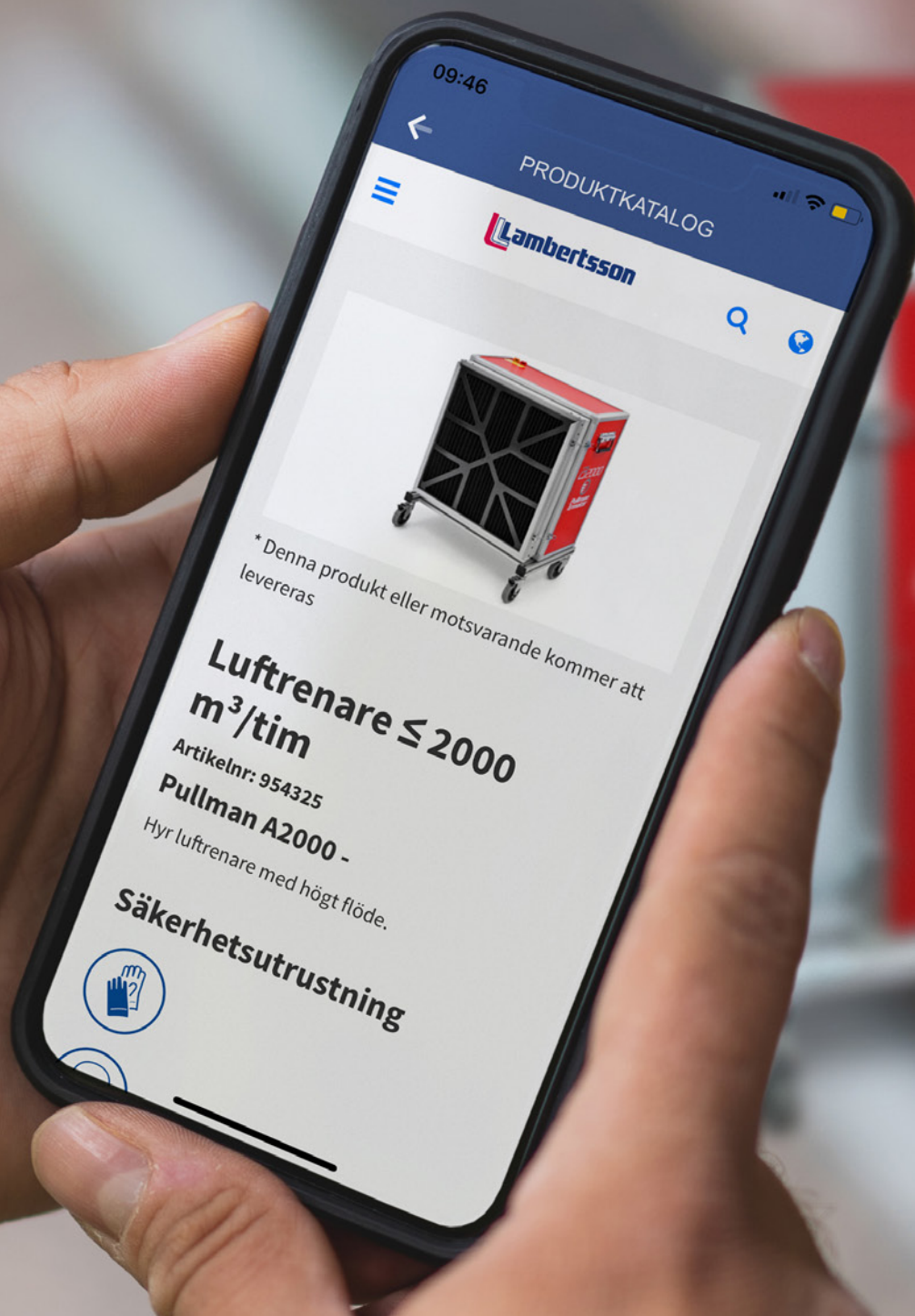
Den som hyr en sådan maskin hos Lambertsson får en QR-kod som leder till ett tidsbestämt intyg för användande, där det sedan gäller att ha kontroll på när det är dags att exempelvis byta ett filter. Det är här som Lambertsson Online underlättar

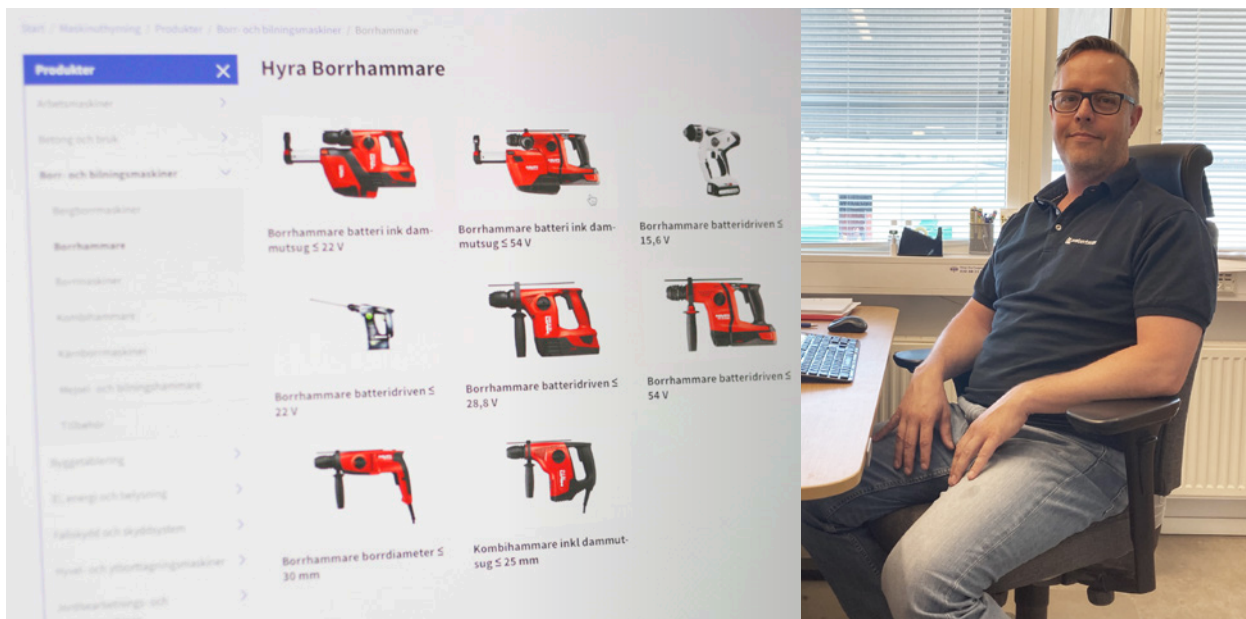
för kunderna genom att skicka push-notiser med påminnelser.

– Det här är en viktig funktion av flera skäl, förklarar Jimmie Holst, chef för Lambertssons affärssystem. Att inte byta filter i tid kan leda till att farligt kvartsdamm sprids i luften, och det kan också innebära vitesbelopp efter Arbetsmiljöverkets tillsyn. – När vi hyr ut maskiner vill vi förstås hjälpa till, och det här var en särskild satsning med fokus på arbetsmiljön, berättar Jimmie Holst, chef för IT och affärssystem hos Lambertsson.

Via Lambertsson Online kan kunderna få en överblick av hela sitt hyresinnehav och få tillgång till personlig säkerhetsintroduktion (PSI) för de aktuella maskinerna. Det går även att i detalj planera sitt arbete och följa projekten över tid.







Komplett överblick över våra produkter och tjänster

Anders Persson som är produktadministratör hos Lambertsson, hjälper och stöttar produktcheferna i deras dagliga arbete. Det är ett varierande jobb som sträcker sig allt ifrån att jobba med checklistor, intyg och returinstruktioner till att hålla i trådarna och försöka se till att all information samlas på rätt och ett ställe.

Det som är viktigt för mig är att hålla samman och att vi ska vara ETT Lambertsson, allt som är bra ska vi nu hjälpas åt med och driva framåt tillsammans"

Det senaste året har Lambertsson genomgått en stor förändring och även om vi verkar i en konservativ bransch så känner jag att vi ligger i framkant med utvecklingen och det ska bli kul att se hur det utvecklas framöver.

– För mig är det viktigt att ha en god dialog och i min roll som produktadministratör blir mötet med människor det viktigaste, tillsammans med att hålla ordning på all information och dokument.

Det som gäller nu framöver är bland annat att sy ihop teamsidan och det ska bli riktigt kul om vi kan få till allting på ett bra sätt, så att man kan hitta information, intyg, checklistor och instruktioner på ett och samma ställe. All information om våra produkter ska vara användarvänlig och enkel för användarna. De senaste åren har fler hållbara produkter tillkommit och det är större fokus på just hållbarhet och grön omställning, vilket är både kul och viktigt att se.

– En av de saker jag uppskattar mest är att prata med medarbetarna i verksamheten och få bra lösningar och ta Lambertsson framåt och modernisera så att vi kan nå uppsatta mål.

Hemsidan ska också utvecklas och vi håller på att samla in all information och dokumentation så att allt finns att tillgå på ett enkelt sätt för våra kunder.

– Även om vi aldrig blir helt klara, är känslan skön att kunna presentera att vi har en plan och gå i mål med ett ställe där all information ligger.



Prisbelönt ledare ny chef för Lambertssons största region

Under våren kom nyheten om att vi på Lambertsson förstärker företagsledningen genom att rekrytera Jack Len som ny chef för region syd som också är bolagets största region. Han efterträder Erik Junker som får utökat ansvar i bolaget.

Jack Len kommer närmast från Ramirent där han haft ett flertal olika chefsposter i över tolv år. Han ser fram emot att få helhetsansvar för en verksamhet som sysselsätter omkring 130 personer i den södra regionen.

– Mina värderingar om mångfald och jämställdhet stämmer helt överens med uppdraget på Lambertsson, säger Jack Len. Jag ser fram emot att försöka bidra till fortsatta framgångar.

Jack Len, som gjort sig känd som en modern byggledare med stort engagemang för en schysstare och mer jämställd byggbransch, utsågs så sent om förra året till ”Årets byggchef” av Byggcheferna och tidningen Byggvärlden. Han uppmärksammades bland annat för att ha fått sina medarbetare att ställa upp på initiativet ”Sila snacket”, en satsning för att förbättra språk och jargong på landets byggarbetsplatser.

– Utnämningen var ett kvitto på att mina ambitioner lönar sig. För mig är det jätteviktigt att skapa en arbetsplats där medarbetarna verkligen trivs på riktigt. Då blir allt bättre – lagandan, effektiviteten och kundernas upplevelser av tjänster och bemötande.

Han har ett djupt engagemang för mångfald och jämställdhet som i grund och botten handlar om att skydda sin personal.

– Alla måste förstå att språk, manér och jargong påverkar de människor man har omkring sig. Det är väldigt sorgligt att kvinnor som söker sig till byggbranschen känner sig tvungna att skriva att de ”har skinn på näsan” i sina ansökningar. Jag brinner för att ändra på detta!

Jack Len har polskt påbrå och stor nytta av sina språkkunskaper som också omfattar kroatiska.

– Mitt ledarskap handlar mycket om att se andra lyckas. Jag vill få min personal att växa och ta egna initiativ. Jag försöker coacha mina medarbetare till att fundera ut egna lösningar och våga testa.

Ted Scherstein som är affärschef för TA berättar om planeringen framåt och om vad som är aktuellt just nu.

Med kundnyttan i fokus

Lambertsson står fortfarande för en relativt begränsad del av den totala TA-marknaden, så ett viktigt fokusområde är tillväxt med bibehållen lönsamhet, alltså större marknadsandel för att bli en större spelare att räkna med.



Utmaningarna inom branschen är många och konkurrensen är hård, med en hel del uppstickare som bland annat prispressar och slåss om kunderna. Med tanke på våra ägare i form av Peab som grundstomme, finns det trots allt väldigt bra förutsättningar att ta TA-verksamheten till en ytterligare nivå.

Vilken är den största kundnyttan inom ditt område?

– För oss på Lambertsson är det viktigt att alltid göra vårt yttersta för att optimera kostnadsbilden för våra kunder utan att göra avkall på säkerheten för våra egna medarbetare, våra kunders medarbetare eller alla trafikanter.

Våra TA-ingenjörer är specialister inom säkerhet samt gällande lagar och regelverk, samtidigt jobbar de ofta med kalkyler och anbud vilket bidrar till en hög kostnadsmedvetenhet som ligger i linje med kundnyttan. Då regelverken ständigt förändras och kontinuerligt uppdateras kan det vara svårt för våra kunder att hålla sig á jour gällande vad som gäller för stunden, våra TA-ingenjörer är certifierade, har gällande utbildningar och alltid uppdaterade på det senaste och kan stöttat med sin kompetens och erfarenhet.

Vilka fördelar ser ni när kunderna kommer in tidigt i processen och tar "er" hjälp redan från början?

– I anbudsskedet är fördelen att vi tillsammans med kunden kan arbeta igenom kalkylerna på ett effektivt och strukturerat sätt där resultatet blir mer

"Det finns väldigt bra förutsättningar att TA-verksamheten ska växa ytterligare"

relevant och korrekt. Vi får en mer djupgående förståelse för hur kunden önskar driva sitt projekt och kan anpassa vår projektering och lösningar utefter detta. Inte sällan behöver även kunden ta TA-lösningarna i beaktan och anpassa sina kalkyler efter dessa. Ur ett produktionsperspektiv blir startsträckan kortare när vi själva varit med i projektering-/kalkylskedet, då är vi uppdaterade och inlästa på ett bra sätt vilket förenklar planering avsevärt. Produktionen känner förtroende att lämna över ansvaret för trafikplaneringen till oss och kan fokusera på det de är bäst på och överlåta det vi är bäst på till oss, var och en till sitt helt enkelt. Ibland blir där lite "inkörningsmissuppfattningar" men vi ser att ju oftare vi samarbetar och lär känna varandra, desto bättre och smidigare blir det.

Hur ser den "typiska" kunden ut hos er?

– Kunderna ter sig i alla dess former, allt ifrån små företag med endast någon anställd till stora internationella bolag. Kundkategorin är främst anläggning- eller asfaltbolag, men vi utför även en hel del åt rena byggbolag också, exempelvis i form av arbetsplatsinhygnader, men även TA-/APD-planer, belamringstillstånd precis som till de övriga bolagen.



Handslaget - Tillsammans säkrar vi hela bygget

Sedan 2021 följer Lambertsson, genom Peabkoncernen, upp verksamheten utifrån nio externa mål – både finansiella och icke-finansiella – som samtidigt identifierar prioriterade hållbarhetsfrågor. Vi följer upp våra mål kvartalsvis, halvårsvis eller årsvis. Förutom de finansiella målen, följer vi varje kvartal upp arbetsplatsolyckor och målet om noll dödsolyckor samt en minskande trend av allvarliga incidenter.

SÄKER SAK – Ingen ska komma till skada när Sverige byggs

Bästa arbetsplatsen - allvarliga olyckor

En säker arbetsmiljö är grunden i vår verksamhet och där Säker Sak kommer in som en viktig del. Alla som vistas på våra arbetsplatser ska kunna göra det under trygga och säkra förhållanden, trots att det finns riskfyllda arbetsmoment i verksamheten. För att förebygga olyckor och tillbud på arbetsplatserna utvecklar vi kvalitetssäkrade arbetsmetoder och utbildar medarbetarna. Fokus ligger på planering och riskbedömning i projekten samt lärande från inrapporterade riskobservationer, tillbud och olyckor. Ett exempel på detta är Internationella Arbetsmiljödagen i april och säkerhetsveckan i augusti.

Plats att växa

Attraktiv arbetsgivare (eNPS)

Vi ska vara det självklara valet för de som vill arbeta i vår bransch. Hos oss ska alla mötas av säkra och inkluderande arbetsplatser med goda arbetsförhållanden och utvecklingsmöjligheter. Två gånger om året genomför vi medarbetarundersökningen Handslaget för att kontinuerligt kunna utvecklas och förbättras som medarbetare och arbetslag. Frågorna i Handslaget handlar i huvudsak om produktivitet, lagets hållbarhet och om medarbetarna är beredda att rekommendera Lambertsson som arbetsgivare till vänner och bekanta (eNPS).

I vårens medarbetarundersökning hade vi ett högt deltagande med 86 procents svarsfrekvens och ett stort antal förslag på förbättringar, vilket visar på stort engagemang i att bidra till utveckling av verksamheten. Inom det strategiska målområdet Bästa arbetsplatsen ska värdet för eNPS (rekommendera Lambertsson) ligga över benchmark där eNPS för Lambertsson är 11 och index är 70. Det som är extra positivt att ha med sig är att vi fortsätter att öka i dessa mätningar.



VÅR GEMENSAMMA HÄLSORESA

Femte upplagan av Challenge avslutad

Nu har vi gått från Malmö till Indien

Med flera upplagor av Lambertsson Challenge är förhoppningen att vi som deltagit haft kul på denna resa. För när vi tillsammans har gått 11 miljoner steg, får vi verkligen kalla det en resa och ge oss själva en stor eloge.

Förhoppningsvis har tävlingen motiverat er att prioritera träning och hälsa, och gett massor av ny energi. För varje ny omgång av Challenge kommer nya inslag som förhoppningsvis gör deltagandet ännu roligare. Tillsammans har vi gått över 11 miljoner steg, vilket är lika långt som att gå från Malmö till Indien.

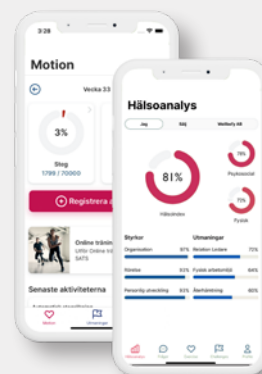
Det är roligt att se alla motiverade medarbetare som återigen varit med och pushat varandra. Till exempel ökade våra genomsnittliga steg den sista veckan, från 3 500 minuter till 5 600 minuter. Som alltid får ni gärna komma med feedback på tips och idéer hur tävlingen kan förbättras ytterligare.

Resultat, etapp 5

Topplistan för 5:e upplagan av Challenge

1. Förslöv
2. Borås
3. Malmö

Individuell vinnare
Magnus Åkesson,
Malmö





Den längsta och tyngsta transporten

I början av februari blev vi på TA, avstängningsdel för drift och underhåll, kontaktade av Peab gällande en stor transport i ett projekt. Det var många turer och det tog ett tag innan allt blev klart, att Lambertsson skulle ansvara för planeringen av den längsta och tyngsta transporten som kört på svenska vägar.

– Det som skulle transporteras var en transformator som var konstruerad och byggd i Ludvika som skulle till Köping, berättar TA-ingenjören Linda Boväng som också varit ansvarig för planeringen av transporten.

– Vi fick börja med att göra en grov planering, som hela tiden utvecklades allteftersom mer information tillkom. Det var olika färdvägar som fick jämföras och planering av åtgärder som var tvungna att genomföras både inför och under transporten.

Transporten är med sina 106 meter den längsta och tyngsta transporten som gått på svenska vägar. De dragfordon som användes är specialbyggda och finns bara 6 i hela världen.



Ekipaget har 288 däck, 5,60 meter bred och väger 750 ton och transformatorn som skulle transporteras väger 390 ton.

– Vår roll i det här har bland annat varit att planera förarbetet som Peab har utfört längs färdvägen. Till exempel fick vi sänka tre vägar under broar, lägga ut ramper och reglera trafiken med trafikljus berättar Linda.



har nu rullat på våra svenska vägar

De mest intensiva veckorna var innan transporten väl började att rulla. Väl i gång så har det varit långa dagar och nätter för all personal. Transporten startade den 7/6 i sällskap med 3 TMA-bilar, 4 skyltfordon och med sina 9 meter i vägbredd skulle transporten ta sig 14 mil på allmän väg. Inför transporten är det många tester som gjorts och det har varit åtskilliga kontakter med Hudikvalls kommun, Ljusdals kommun, Trafikverket, Länsstyrelsen och mest otippat Svenska Kyrkan som äger en del av den mark där man skulle köra.

Man fick även bygga om transporten genom att lägga till extra axlar när man skulle passera fem olika broar, då gick transporten i 1–3 kilometer i timmen och efter varje bro fick den byggas om och då rullade transporten på i cirka 9 kilometer i timmen.

Största lärdomen jag tar med mig är vikten av kommunikation och hur viktigt det är att förhålla sig till alla parter, samt att man måste vara beredd på att ta snabba beslut emellanåt för att få en så smidig lösning som möjligt, avslutar Linda.



Linda Boväng, TA ingenjör i Sundsvall, region Nord





Vunna affärer

Att ha en bra kundkontakt är avgörande för oss på Lambertsson. Eftersom produkter och tjänster snabbt kan kopieras gäller det att bygga en lojal kundkrets med hjälp av andra värden, som att stärka vårt varumärke och skapa bra erbjudanden.

Framför allt måste vi vara duktig på service och på att ta hand om våra relationer. Kunden ska få känslan av att det valt det bästa alternativet och därför vill fortsätta med det. Därför gäller det att vårda våra kunder, att lyssna på deras åsikter och inte låta dem vänta när de behöver hjälp. Här följer några goda exempel på när hårt arbete belönas och ger vunna affärer!



Stora Enso

Förra året fick vi in en affär om 70 bodar till Stora Ensos pappersbruk i Nymölla. Den gången var det snabba ryck och tight tidplan, men vi lyckades att leverera. Kunden blev nöjd och har nu kommit tillbaka för en ännu större leverans av bodar. Signalen från kund var att det var funktionen snarare än priset som avgjorde. Detta är ett tydligt bevis på att kvalitet lönar sig!

Nytt avtal vunnet med Sinfra

Vi är sedan tidigare avtalsleverantör för Sinfra, vilket har gett oss möjligheter till affärer med deras 400 medlemsföretag från den kommunala sektorn. Nu har Sinfra gått ut med en ny förfrågan gällande hyra av maskiner, där vi blev en av de tre ramavtalsleverantörerna. Detta är en stor sak eftersom vi nu kan sälja mer och fler av våra helhetslösningar till Sinfras medlemmar.

Ny affär med Serneke

Under våren har vi vunnit ett nytt projekt i form av Serneke Torselden på Lidingö utanför Stockholm. I avtalet ingår hela produktportföljen. Även Lambertsson Control som kommer ge Serneke ett klimatförbättrat bygge. Denna affär är ett tydligt exempel på att det lönar sig att jobba mer proaktivt och att aktivt sälj lönar sig.

Ny affär i Umeå

Ytterligare en nyhet är att vi skrivit avtal med Contractor om Umeå sjukhus. Vårt gäng i norr såg att Contractor fick avtalet och uppvaktade dem med vilka tjänster vi kunde erbjuda. Det hela slutade med att de skrev avtal med oss. Ett bra exempel på att man kan ta in kunder på många olika sätt. Här handlade det om hög lokal marknadskänedom.



Jennifer Svensson och Mikael Anderberg öppnar upp södra Sveriges mest centrala maskinuthyrning i Kockums gamla vakthus.

Lambertsson etablerar nytt kundcenter

Minskad klimatpåverkan och bättre service blir resultatet när Lambertsson öppnar ett nytt kundcenter för projektering och uthyrning i den nya stadsdelen Varvsstaden. Som vi tidigare skrivit om, så ligger Varvsstaden mellan Västra hamnen och centrala Malmö. Kockums gamla varvsområde nära Malmö Centralstation håller just nu på att omvandlas från ett gammalt stängt industriområde till en modern stadsdel med bostäder, företag och gemensamma parker och grönytor, med arvet från de karaktäristiska industribyggnaderna i rött tegel närvarande i fasader och omgivning.

– Platschefer, arbetsledare och yrkesarbetare kan komma in och få den personliga kontakten och

hjälp de behöver, i högt och lågt, säger William Andersson, projektledare på Lambertsson. Vi kan hjälpa dem med lösningar direkt på plats vid akuta ärenden och även med planering av logistik ute på arbetsplatserna.

Genom att dels ha ett lager med exempelvis mindre maskiner och trafikanordningsprodukter för akuta behov, dels ha möjlighet att planera och samordna logistiken utifrån verksamheternas behov på kortare och längre sikt, kan Lambertsson se till att transporterna både utförs i rätt tid och med så få antal resor som möjligt.

Obemannad butik blir verklighet tack vare Lambertsson

Ahlsell öppnar nu sin första obemannade butik och köper tjänsterna från Lambertsson, som även blir hyresvärd för de moduler som nu blivit ett byggvaruhus för hantverkare.

Idre har nu fått koncernens första fjällbutik för hantverkare. Det som är unikt är att butiken är obemannad. För att ta emot varor och plocka upp på hyllor samt hålla rent kommer Ahlsell att köpa tjänsterna från Lambertsson, som också är företaget som är i hyresvärd för de moduler som nu blivit ett byggvaruhus.

– Det här handlar om service till våra kunder, berättar Magnus Ström, som är regionchef på Ahlsells och som varit med om att utveckla den nya obemannade butiken i Idre.

På 350 kvadratmeter kommer det att finnas cirka 2000 olika produkter. Med en app och bank-id



öppnas dörrarna till den obemannade butiken, sedan är det bara att skanna varor och läsa av en QR-kod när varukorgen är full. Butiken vänder sig endast till företag.



Period Pack på alla kundcenter

Det är med stolthet vi äntligen kan berätta att Period Pack nu är ute på samtliga kundcenter runt om i landet. Arbetet med jämställdheten är ett långsiktigt arbete, men detta är en stark markering för oss på Lambertsson och gentemot branschen.

– Jag följer många i branschen och det snackas mycket om det vi gör, vilket känns väldigt bra. Det är kul att vi kan visa vilka ledare vi vill vara för hela branschen. JUPP på er hälsar Karl Seldén!

Lambertsson på sociala medier

Lambertsson fortsätter att växa på sociala medier och det är tillsammans som vi kan få ännu större spridning genom att hjälpas åt med att gilla, dela och kommentera. Använd gärna #Lambertsson och #Säkrarhelabygget för ännu större spridning. Övervägande av användarna är män i 35–55 års åldern i samtliga kanaler och det är storstäderna (Malmö, Stockholm, Göteborg) där vi har flest följare. Under våren har flest följare kommit

till LinkedIn och de flesta tar del av sociala medier via mobilen. Nya medarbetare och nya etableringar ger stort engagemang i samtliga kanaler och vi ser också att allt fler hittar in till vår hemsida och ett stort intresse för att komma till våra kundcenter.

Det är ett bra drag över hela landet!





@raabargningsab_tma



@sodrabbyggjalpen



@19.michaa.97

SOCIALA Medier

Saxat från sociala medier. Använd gärna #Lambertsson



@olofssonakeri.se



@lambertsson_gavle



@frojdozaar

På gång från redaktionen

Tillsammans med Lambertsson utvecklar Thorn Creative Agency kampanjer och koncept till aktiviteter, målgrupper, kanaler och varumärkesstrategi för att synliggöra Lambertssons erbjudande. I detta nummer är det stort fokus på grön omställning och reportage om vår nya filial i Varvsstaden, där vi också hälsat på och fotograferat gänget. I detta nummer skriver vi också om sanktionsavgifter och TA-kampanjen där Ted berättar lite mer om vad som är på gång.



Vises & Hörs!



THORIN CREATIVE AGENCY 2022 05