



## STYRUD. MER ÄN BORRNING

*Styruds tagline eller devis, "MER ÄN BORRNING" är inte bara vackra ord, utan har en handgriplig förankring i verkligheten.*

1. Kundernas krav ökar. Förr, när vi var nästan ensamma på marknaden och hade en tydlig expertroll, räckte det med att sälja enbart själva borr tjänsten – antingen direkt till byggherren eller till en huvudentreprenör. Idag vill beställarna inte ha en massa underleverantörer eftersom det ökar både risker och kostnader, utan föredrar en enda leverantör som tar totalansvar.  
Mer än borrning, alltså.
2. Det är mer än själva borrningen som avgör hur kunden ska uppleva oss som leverantör. Bilden skapas från första kontakten – hur vi svarar i telefon, hur snabbt vi kommer med en lösning, hur våra offerter ser ut, hur borrtteamet uppträder, hur vi hanterar problem, hur vi följer upp jobbet o s v.  
Mer än borrning, alltså.
3. Ofta är borrning lösningen på ett byggtekniskt problem, d v s ett sätt att uppnå en teknisk funktion. Kundens alternativ är inte andra borrföretag utan andra sätt att lösa problemet. Ska vi lyckas räcker det inte att kunna borra - vi måste också kunna visa att vår lösning är den som kunden bör välja.  
Mer än borrning, alltså.
4. Ingen vill egentligen köpa våra borrtjänster. Vad kunderna vill ha är de fördelar som borrningen ger – miljö, kostnadsbesparing, information, riskeliminering o s v. Vår borrtjänst är bara ett verktyg, vilket vi ständigt måste tänka på. Att tjata om hur bra vi är på att borra hjälper inte, när kunden är ute efter något helt annat.  
Mer än borrning, alltså.
5. Vem som helst kan köpa en borrrigg – pengar är det enda som krävs. Men lyckligtvis räcker det inte med maskiner för att resultatet bli bra och kunderna nöjda. Nyckeln till framgång i vår bransch heter erfarenhet och kunskap. En duktig borrare gör i många fall ett bättre jobb med gammal utrustning än vad en nybörjare gör med en splitterny rigg.  
Mer än borrning, alltså.
6. Borrning är bara en del i ett större projekt. Om vi enbart levererar själva borrtjänsten är vi i händerna på andra leverantörer. Vägen till framgång och tillväxt ligger i att kunna leverera alla delar i kedjan, från problemlösning och projektering till utförande, utvärdering och dokumentation.  
Mer än borrning, alltså.
7. Fortfarande vet de flesta kunder alldeles för lite om vad som går att uppnå med vår teknik. Man är försiktig, och väljer därför det säkra och beprövade. Vill vi utvecklas gäller det därför att öka kundernas kunskap, d v s vi måste utbilda kunderna.  
Mer än borrning, alltså.