

Sampsa Heilä, toimittaja

## LUJA-KIVITALOSTA LÄHES PUOLET ON PALVELUA



1

Lujabetoni Oy

*Lujabetoni* on panostanut voimakkaasti pientaloasiakkaiden palveluun Luja-kivitalokonseptillaan. Yhteistyössä yli 20 eri puolilla maata toimivan kumppanin kanssa yritys tarjoaa asiakkaille kodin heidän haluamassaan valmiusasteessa.

”Palvelu on pientalorakentamisessa käytännössä ainoa kilpailukeino. On vaikea sanoa kuluttajille että yksi harkko on toista parempi, mutta koti voi olla parempi ja sen rakentaminen asiakkaalle muita vaihtoehtoja helpompaa”, Lujabetoni Oy:n toimitusjohtaja *Tapio Pitkänen* sanoo.

Luja-kivitalokonseptissa jo noin 40 prosenttia myynnin arvosta on palvelua. Materiaalien osuus on 60 prosenttia.

Palvelukokonaisuuteen kuuluu kaikki suunnitellusta lämpövalmiiseen ja ulkoapäin täysin viimeistelyyn pientaloon. Pitkäsen mukaan Lujabetoni on ensimmäinen kivitaloimittaja, joka tarjoaa näin laajaa toimituskokonaisuutta yhdellä sopimuksella.

”Kun me otamme vastuun lämpövalmiista ulko-vaipasta, perhe saa lisää aikaa keskittyä rauhassa sisätiloihin kuten keittiön ja lattiamateriaalien valintaan. Voimme tarjota sisällekin tuotteet ja palvelut yhteistyökumppaneidemme kautta, mutta niitä ei tarvitse tilata samalla kertaa.”

Asuntorakentamisessa suuntaus kerrostalorakentamisesta kohti pientalovaltaisempaa tuotantoa on selvä. Muutos pakottaa rakennusalan yritykset toimintansa perusteelliseen uudelleenarviointiin, koska kuluttajat tarvitsevat kertarakentajina paljon ammattimaista apua ja ovat myös yhä valmiimpia maksamaan siitä, ettei heidän tarvitse itse osallistua hankkeen toteutukseen.

”Meillä on tutkittua tietoa, jonka mukaan yli puolet perheistä ei haluaisi tehdä itse mitään rakennushankkeessaan.”

### PÄÄOMISTA OSAAMISEEN JA PALVELUUN

Rakennustuoteteollisuus on ollut perinteisesti pääomavaltaita tuotantoa, jonka jakelukanavana kuluttajille on toiminut rautakauppa. Kun asiakkaille ei toimiteta enää harkkoja vaan koteja, joissa harkko on yksi tuote muiden joukossa, on palvelun ja osaamisen merkitys kilpailukeinona nousemassa nopeasti pääoman ohii.

”Tärkein tavoite ei voi olla enää harkon valmistuskustannusten minimointi, vaan asiakkaan odotusten ylittäminen. Se edellyttää suuria panostuksia koneiden ja laitteiden sijaan ihmisiin ja osaamiseen sekä koko palveluverkoston kehittämiseen, vaikka tietysti myös tuotannon tehokkuuden täytyy olla kunnossa.”

Pitkäsen mukaan asiakkaat ovat olleet hyvin ty-

tyväisiä saamaansa palveluun. Vuodessa Luja-kivitalojen tunnettuus on noussut jo 35 prosenttiin. Talomallistoa pidetään modernina ja se on löytänyt omat asiakasryhmänsä.

Luja-kivitaloyksikössä on omaa henkilökuntaa kymmenen henkeä. He ohjaavat ja kehittävät verkoston toimintaa ja palveluita.

Tänä vuonna Lujabetoni myy yli sata Luja-kivitaloa, mutta kasvuedotukset ovat suuret. Tarkoitus on nostaa Luja-kivitalo vauhdilla yhtiön neljänneksi tuokijalaksi elementtien, valmisbetonin ja betonituotteiden rinnalle.

Talokonseptilla halutaan myös kasvattaa selvästi Lujabetonin liikevaihtoa, joka on tänä vuonna noin sata miljoonaa euroa. Pitkänen ei sitä ääneen totea, mutta vahva kasvu voi tarkoittaa myös pyrkimystä päästä tulevaisuudessa samaan kokoluokkaan kuin alan markkinajohtaja Parma, jonka liikevaihto on tänä vuonna noin 140 miljoonaa euroa.

”Suurin haaste on ollut luoda sellainen konsepti, joka tarjoaa riittävästi mahdollisuuksia asiakaskohitaiseen räätälöintiin, mutta jonka hintalappu ei karkaa perheiden ulottumattomiin. Meidän tehtävämme on auttaa ammattitaitoisella palvelulla asiakkaitamme toteuttamaan omat asumisen unelman-  
sa”, *Tapio Pitkänen* sanoo.

### ELEMENTEISSÄ HANKEKEHITYS KOROSTUU

Myös Lujabetonin elementtituotannossa palveluiden osuus on selvässä kasvussa.

”Asiakkaat haluavat ostaa yhä suurempia kokonaisuuksia tuoteosakauppana, joka sisältää suunnittelun ja asennuksen. Erityisen nopeasti on kasvanut hankekehityspalveluiden kysyntä, jolloin pääsemme jo aikaisessa vaiheessa ohjaamaan suunnittelua ja optimoimaan runkoratkaisua”, Lujabetonin elementtiyksikön johtaja *Mikko Isotalo* sanoo.

Hankekehityspalvelu sitoo paljon henkilöresursseja, joten sitä tarjotaan lähinnä tärkeimmille luottoasiakkaille ja -rakennuttajille. Palvelusta ei Isotalon mukaan yleensä olla valmiita maksamaan erikseen, mutta läheisestä yhteistyöstä ja ratkaisujen optimoinnista hyötyvät ilman muuta molemmat osapuolet myös taloudellisesti ja kate tulee sitä kautta. Tällaisia palveluita kykenevät Isotalon käsityksen mukaan kattavasti tarjoamaan alalla vain pari suurinta yritystä.

”Meillä on esimerkiksi alan ainoat suunnittelun-ohjauspäälliköt. Valmisosarakentamisessa on aikaisemmin ajateltu, että suunnittelu ohjautuu itsekkseen manuaalien ja kirjastojen perusteella, mutta ei se vain ole ohjautunut.”

1

Kuluttajat tarvitsevat kertarakentajina paljon ammattimaista apua. He ovat myös yhä valmiimpia maksamaan siitä, ettei heidän tarvitse itse osallistua hankkeen toteutukseen.

Isotalon mukaan rakennusliikkeet ovat viime aikoina olleet ilahduttavan halukkaita lisäämään yhteistä tuote- ja toimintatapojen kehitystä Nokian kaltaisille vaativille asiakkaille toteutettavan toimistorakentamisen lisäksi etenkin asuntotuotannossa. Läheinen ja pitkäaikainen kumppanuus nähdään yrityksissä yhä tärkeämpänä osana kilpailukyvyn kehittämistä.

”Olemme toteuttaneet esimerkiksi YIT:n Hämeenlinnan yksikön *YIT Tolosen* kanssa pitkään lähes kaikki heidän asuntokohteensa ja päässeet mukaan projekteihin jo hanke suunnittelusta lähtien.”

*Teklan* kanssa Lujabetoni on kehittänyt hankkeen suunnittelun ja ohjauksen ohjelmistotyökaluja. Elementtisuunnittelussa yhtiöllä on seitsemän suunnittelutoimistoa yhteistyökumppaneina.

”Osaamisen, kumppanuuden ja palveluiden merkitys kilpailukeinona kasvaa tulevaisuudessa entistä tärkeämmäksi”, Mikko Isotalo uskoo.

### **SERVICES CONSTITUTE ALMOST HALF OF THE DELIVERY OF A LUJA STONE HOUSE**

*In residential construction, the trend is clearly from apartment blocks to production dominated by low-rise houses. This change forces operators in the construction business to carry out a thorough re-assessment of their operation, since consumers as one-time builders need a lot of professional assistance, and are also more prepared than before to pay for not having to take an active part in the implementation of the project.*

*The Luja stone house concept reflects Lujabetoni's active concentration on providing services to homebuilders. In collaboration with more than 20 partners all over the country, Lujabetoni delivers homes of various stages of completion, according to the customer's wishes. In the Luja stone house concept services already account for some 40% of the total value of the delivery. The package covers everything from design to a shelled-in, externally completed house.*

*The share of services is on a clear increase also in Lujabetoni's production of prefabricated units. Customers are looking for greater entities of design & build deliveries, complete with design and installation services. The increase in demand has been particularly great for project development services, which facilitates the management of design and the optimising of the frame solution already at an early stage.*

*Project development is highly personnel-intensive, and for this reason only offered to the most important long-standing customers and builders. The customers are normally not prepared to pay separately for this service, but close cooperation and optimised solutions translate into financial benefits for both parties, which also improves the bottom line*



Lujabetoni Oy



Lujabetoni Oy

2

Luja-kivitalon palvelukokonaisuuteen kuuluu kaikki suunnittelusta lämpövalmiiseen ja ulkoapäin täysin viimeistelyyn pientaloon.

3

Asiakkaat haluavat ostaa yhä suurempia kokonaisuuksia tuoteosakauppana, joka sisältää suunnittelun ja asennuksen.