



Examensarbete inom Lantmästarprogrammet 2005:26

EFFEKTIVARE TRAKTOR- DEMONSTRATIONER -FEMTIO LANTBRUKSFÖRETAG SVARAR

MORE EFFICIENT TRACTOR DEMONSTRATIONS -FIFTY AGRICULTURAL COMPANY ANSWERED



Henrik Hermansson

**Handledare: Thomas Björklund, Leif Åhman och Magnus Åhman
Examinator: Thomas Björklund**

**Sveriges lantbruksuniversitet
Institutionen för jordbrukets biosystem och teknologi Alnarp 2005**

FÖRORD

Lantmästarprogrammet är en tvåårig högskoleutbildning vilken omfattar minst 80p. En av de obligatoriska delarna i denna är att genomföra ett eget arbete som ska presenteras med en skriftlig rapport och ett seminarium. Detta arbete kan ha formen av t ex ett mindre försök som utvärderas eller en sammanställning av litteratur vilken analyseras. Arbetsinsatsen ska motsvara minst fem veckors heltidsstudier (5p)

Jag ville genomföra ett examensarbete som ett företag kan ha nytta av och valde därför att kontakta Åhmans traktorcentrum AB i Linköping. Åhmans traktorcentrum AB är återförsäljare av lantbruksmaskiner med John Deere som huvudleverantör. I samråd med Leif Åhman och Magnus Åhman bestämdes att en marknadsundersökning skulle genomföras. Från Åhmans traktorcentrum AB fanns det intresse för att undersökningen skulle behandla traktordemonstrationer, traktorköp och traktorbyte.

Ett varmt tack riktas till Leif Åhman och Magnus Åhman som varit med och finansierat telefonintervjuerna till marknadsundersökningen samt som stöttat mig i mitt arbete. Jag vill även tacka alla de personer i lantbruksföretagen som deltagit i undersökningen.

Alnarp den 30 april 2005

Henrik Hermansson

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

INNEHÅLLSFÖRTECKNING	2
1 SAMMANFATTNING	3
SUMMARY	4
3 INLEDNING	5
4 MATERIAL OCH METODER	6
4.1 LITTERATURSTUDIE	7
4.2.1 FRÅGORNA KRING TRAKTORDEMONSTRATIONER	7
4.2.2 FRÅGORNA KRING AVGÖRANDE FÖR TRAKTORKÖP, TRAKTORBYTE	7
4.2.3 FÖRUNDESRÖKNING	8
4.2.4 DEN FÄRDIGA FRAMSTÄLLNINGEN AV FRÅGORNA	8
4.3 SAMMANSTÄLLNING AV FRÅGORNA	8
5 RESULTAT	9
5.1 KOMMENTARER TILL DIAGRAM I BILAGOR	10
6 DISKUSSION	12
6.1 SLUTSATS	13
7 REFERENSER	14
BILAGOR, SAMMANSTÄLLNING	15

1 SAMMANFATTNING

Bakgrunden är att det är mycket vanligt att de produkter som skall säljas demonstreras och speciellt gäller detta vid en traktorförsäljning. Många olika typer och varianter har tillämpats. Med fler fabrikat och ett ökat antal traktor modeller har detta blivit allt mer viktigt för de återförsäljare som saluför produkterna på marknaden.

Men traktordemonstrationerna har också blivit höga kostnader för säljföretagen, många mindre säljföretag har svårt att hålla demonstration på varje enskild modell.

I samarbete med Åhmans traktorcentrum AB, med försäljningsområdet i Östergötland och nordöstra Småland har en marknadsundersökning genomförts. Företaget är auktoriserad återförsäljare för John Deere. och har 25 anställda. Det ägs av Leif Åhman och Claes-Göran Åhman. Leif Åhman och Magnus Åhman är mina kontaktpersoner på Åhmans traktorcentrum AB. Säsongen 2004 satsade företaget på en mycket omfattande traktordemonstration. Syftet var att en marknadsundersökning skulle genomföras.

Från Åhmans traktorcentrum AB fanns det intresse för att undersökningen skulle uppfölja satsningen 2004 och beröra traktordemonstrationer så att företaget kunde få inblick i hur beslutfattarna i lantbruksföretag tycker/tänker och agerar.

Innan arbetet med undersökningen startade diskuterade jag med Leif och Magnus om deras satsning 2004 samt deras tidigare erfarenheter. Även frågornas formulering diskuterades och på så sätt kunde jag vara mer förberedd samt ställa mer relevanta frågor.

Jag intervjuade femtio lantbruksföretag och eftersom jag valde den metoden blev min svarsfrekvens hög. Telefonintervjuerna gjorde även att jag lättare kunde diskutera frågorna och få tydliga svar från lantbruksföretagen.

Tack vare svaren jag fick kunde ett dokument framställas och sparas, med hjälp av detta kan man urskilja ur varje enskild fråga se hur lantbruksföretagen har tänkt/tyckt och agerat vid traktor demonstrationer, traktorköp och traktorbyte.

Med dessa data som grund kan Åhmans traktorcentrum AB lättare välja strategier som leder till effektiviserade framtida traktor demonstrationer och försäljning.

Resultatet av undersökningen är att traktordemonstrationer kan effektiviseras genom att anpassa dem till respektive målgrupp.

SUMMARY

The background to this paper is the fact that many products are demonstrated to show the consumer value of the product. This is generally the fact when it comes to agricultural products, such as tractors. The growing number of models makes this even more important for the retailer to perform a demonstration that really catches the interest of a prospect customer.

One problem is that these demonstrations are expensive and many small retailers have difficulties to afford demonstrations of every model.

Together with Åhmans Traktorcentrum AB a market investigation was conducted. The company has its primary sales area in the region of Östergötland and north part of Småland. Åhmans Traktorcentrum AB is a John Deere dealer. The owner of the company is Leif Åhman together with Claes-Göran Åhman and employs 25 employees. Leif Åhman and his son Magnus have been my contact at the company. During the season of 2004 the company launched a heavy campaign to demonstrate the whole product program of John Deere tractors in Europe. The purpose of this demonstration was to conduct a market survey.

Åhmans Traktorcentrum AB had the intention to get feed-back from the experience of summer 2004. In particular the interest was in what manager of agricultural companies based their decisions on.

Before I started my investigation all questions and experience of 2004 were discussed together with Leif and Magnus Åhman. We tried to formulate relevant questions.

50 agricultural companies were interviewed over the telephone and by doing it this way the frequency of answer could be kept at a high level. Another advantage was that I could discuss the answer and get a clear picture of the answer.

With the help of this inquiry it was possible to produce a document that could tell what each farmer valued and thought was important to him and his company. Hopefully the result of this paper will help retailer to make their demonstrations a better tool to increase sales and do a more efficient demonstration of available products.

Results from the research are to have more efficient tractor demonstrations to each prospect.

3 INLEDNING

Mitt stora intresse för jordbruksmaskiner och marknadsföring/försäljning gjorde att jag tog kontakt med Åhmans traktorcentrum AB i Linköping. Det visade sig att Åhmans traktorcentrum AB var intresserade att få veta mer om hur deras kunder tänker/tycker och agerar vid traktor demonstrationer, traktorköp och traktorbyte.

Åhmans traktorcentrum AB ville veta mer om vikten av demokörning, på året mest passande tid, timmar för demo, tillkopplade redskap, företagsträffar, demokörning med andra, demokörning i eget fält, utkörning och instruktion, kontakt med säljföretaget, rätt demotraktor kan inte erbjudas, betalning för demo, hur många märken till demo, avgörande faktorer vid inköp och avgörande faktorer vid byte.

Tillsammans kom vi fram till att jag i en undersökning skulle vända mig till de beslutfattande personer i lantbruksföretag inom företagets försäljningsområde. Syftet med undersökningen var att få mer information av deras kunder inom dessa områden. Tack vare undersökningen skulle man alltså få en bättre uppfattning.

Syfte med undersökningen var att presentera förslag på ett sätt som är till nytta vid framtida traktor demonstrationer och försäljning. Med min undersökning som underlag kan Åhmans traktorcentrum AB lättare urskilja och välja rätta strategier för effektiva demonstrationer. Med hjälp av de sammanställda dokumenten kan man lätt gå in och se och urskilja svaren i enskilda frågor, därmed kan man se hur beslutfattande personer i lantbruks företagen uppfattar dessa områden.

Avgränsningar har gjorts till frågorna om traktorköp och traktorbyte där det endast förekommer en fråga till varje grupp. Det har även gjorts avgränsningar till hur många personer i lantbruksföretag som har blivit intervjuade.

4 MATERIAL OCH METODER

Innan frågeformuleringen kunde börja fastställde jag de områden som skulle behandlas i min undersökning. Framförallt lyssnade jag på Åhmans traktorcentrum ABs önskemål. Eftersom undersökningen skulle genomföras med telefonintervjuer gällde det att ställa rätt och lättbesvarade frågor, tid skulle också finnas till eventuella kommentarer till varje enskild fråga. De områden som jag ville behandla var följande:

- Viktigt att demoköra/alltid demokörning
- Timmar för demokörning/På året mest passande för demokörning
- Tillkopplade redskap eller egna
- Företagsträffar/Demodagar/Aktiviteter
- Utföra traktor demokörning tillsammans med andra
- Demokörning i eget fält
- Utkörning och instruktion
- Kontakta säljföretaget
- Säljföretaget kan inte erbjuda rätt demo traktor
- Betala för traktor demo/hålla med bränsle/ersätta eventuella sönderkörningar
- Hur många traktor märken till demo
- Avgörande faktorer vid inköp/Avgörande faktorer vid traktorbyte

För att besvara mina frågeställningar krävdes att jag kom i kontakt med personer som är aktiva i lantbruksföretag. Med hjälp av det kundregister som Åhmans traktorcentrum AB har, fanns det ett underlag för att samla in svarsmaterial till mina frågeställningar. Totalt fanns det ca 5000 lantbruksföretag i registret.

För att få maximalt utbyte av undersökningen och möjlighet att vidareutveckla arbetet i framtiden bestämde jag mig för att sammanställningen skulle göras i World Microsoft Graph 2000-diagram.

Vid valet av metod för att genomföra undersökningen fanns för maximal svarsfrekvens egentligen bara ett tänkbart alternativ och det var att använda sig av telefonintervjuer. Alternativen var personliga besök eller utskick per brev. Personliga besök skulle vara alldeles för tidskrävande och svårt med tanke på att undersökningen gjordes med intervjuer från hela försäljningsområdet. Utskick per brev kan vara osäkert med tanke på att svarsfrekvensen kan bli låg, möjlighet till direkt diskussion skulle också utebliva. Även fast jag utförde intervjun fick personen i lantbruksföretaget möjlighet att svara med sekretess.

4.1 Litteraturstudie

För att även få en så riktigt utförd undersökning som möjligt studerade jag en del litteratur om marknadsföring och marknadsundersökningar. Litteraturen var kurskompendium till marknadsföringsavsnittet i Lantmästarprogrammets ekonomiblock. samt Philip Kotler, Kotlers Marknadsföring.

4.2 Framställningen av frågorna

Första skedet i frågeformuleringen var att ta fram så många tänkbara frågor som möjligt. I samråd med Thomas Björklund, SLU, Leif Åhman, Åhmans traktorcentrum AB, Magnus Åhman, Åhmans traktorcentrum AB, kom jag fram till att antalet frågor skulle begränsas till 20-25 st. Detta för att så många som möjligt skulle kunna avvara tid till att medverka i undersökningen.

4.2.1 Frågorna kring traktordemonstrationer

Då sammanställningen skulle göras i Word Microsoft Graph 2000-diagram kunde jag själv räkna ut många olika saker genom att välja rätt frågeformulering. Mycket tid lades på att figurera olika sammanställningar med olika frågeformuleringar som bas. Samtidigt bestämdes att färdiga svar skulle finnas ex Ja/Nej frågor och med lämnad plats för egna kommentarer.

4.2.2 Frågorna kring avgörande för traktorköp, traktorbyte

Efter önskemål från Åhmans traktorcentrum AB, ställdes dessa frågor med mer svarsalternativ.

En av frågorna var också av rangordnings typ, där den svarande fick rangordna de sammanställda svaren i 1-7. På så sätt kunde en procentsats räknas ut på varje svar och man kunde urskilja vad som var mest viktigt vid inköp av ny traktor. Frågeställningen formulerades så att den blev opartisk.

4.2.3 Förundersökning

Antalet frågor blev efter omarbetning 20 st. Innan frågorna för intervjuer påbörjades, valde jag att låta två lantbruksföretag svara på mina frågor. Jag besökte ett lantbruksföretag personligen och ringde till det andra. Det visade sig att mina frågor i stort sett uppfattas korrekt och endast mindre justeringar behövde göras.

4.2.4 Den färdiga framställningen av frågorna

Mindre ändringar gjordes efter provfrågorna och de slutgiltiga frågorna fastställdes (se bilaga 1). Jag hade tillgång till Åhmans traktorcentrum AB's egna kundregister. Kundregistret innehåller lantbruk i Östergötland och nord östra Småland över 20ha. Det geografiska området är företagets försäljningsområde.

I kundregistret fanns kompletta telefonnummer till samtliga kunder, i de enstaka fall det saknades (troligtvis för att lantbruksföretaget bytt nummer) användes gula sidorna.

Ursprungligen planerades att ringa till 50-100 st, men efter samråd med Åhmans traktorcentrum AB beslutades att en svarsfrekvens på 50 st var tillräckligt för en riktig bedömning.

4.3 Sammanställning av frågorna

Redan innan intervjuerna började hade jag på börjat mitt arbete med hur sammanställningen skulle utföras. Frågorna kring traktordemonstrationer skulle vara lätta och snabba att svara på därför kan dessa frågor sammanställas enskilt. Frågorna kring avgörande för traktorköp, traktorbyte kan i princip utvecklas hur långt som helst om man hittar ett stort antal samband. Dessa sammanställs ur rangordnad följd och med procentsatser som redovisar svaren.

Allt material har sammanställts i ett Word-dokument. Ur dokumenten har sedan en mängd diagram räknats fram (se bilagorna 2-21)

5 RESULTAT

Totalt intervjuades femtio personer i lantbruks företag till undersökningen. I och med det gick det att nå den förväntade svarsfrekvensen. Det möjliggjorde till diskussioner kring frågorna, och att de uppfattades lika av alla svarande.

Frågor i bilaga 2-19 kring traktordemonstrationer har besvarats av samtliga intervjuade, med undantag av fråga nr 9 (bilaga 9) där en person avstod att svara. Frågan gällde om man skulle vilja att säljföretaget bjöd in hela familjen till olika evenemang och träffar? Frågan är inte struken i sammanställningen. I de övriga frågorna går det tydligt att se hur de intervjuade har svarat och diagram har också räknats ut. Några av frågorna har besvarats mycket lika som frågorna nr 1, nr 6, nr 11 och nr17 (bilaga 1,6,11,17) där 90% eller mer svarar lika. Som ex fråga nr 11 (billaga 11) där 100 % svarar att det är bra att utföra demonstrationen i eget fält.

Kommentarer från lantbrukare har lämnats som komplement till frågorna.

Vid frågorna kring traktor köp nr 19 och traktor byte nr 20 (bilaga 20-21) syns också en ganska gemensam trend beträffande svaren. Den här frågan var också av typen där den svarande fick rangordna 1-7 och visar sig att för personerna i lantbruksföretagen har det mycket liknande avgörande betydelse vid inköp av ny traktor, 21 % svarar att det är priset och lika många (21%) sätter närhet till service och leveranssäkerhet av reservdelar som av avgörande betydelse långt fram

Vid traktorbyte visar det sig vara lite annorlunda mellan svaren. På den frågan har det även lämnats kommentarer.

Även vid dessa frågor har diagram räknats ut.

Huvudmålet med svaren från intervjuerna kan uppfyllas. Dokumentet med frågorna har lagts upp så att man lätt kan gå in i varje område samt plocka ut det som är intressant i varje enskilt fall, om tex man är i ett skede där en produkt skall demonstreras kan man gå in och få svar ur vilka områden demonstrationen är tänkt att genomföras. På detta vis kan man redan i för tid välja rätta strategier för mest effektiv demonstration.

Varje fråga måste studeras individuellt om man skulle kunna göra ytterligare analyser och då eventuellt hitta samband och tendenser som pekar på att de som givit samma svar på vissa frågor även har andra saker gemensamt ex samma bytesintervaller, lika många traktorer, märkestrogena eller annat.

5.1 Kommentarer till diagram i bilagor

Bilaga 2

Flertalet tycker att det är viktigt att få demoköra den traktorn de är intresserade av innan sitt köp 96%

Bilaga 3

38% kör ändå inte demo traktorn innan köp även fast man tyckte det var viktigt. Det förklaras med man ex viss köpte en liknande traktor igen eller kompletterade med ytterliggare en

Bilaga 4

Drygt hälften vill demo köra traktorn under hel arbetsdag för att riktigt komma in i hur traktorn fungerar och att kunna prova traktorn på ett rätt sätt.

Bilaga 5

Allmänt brukar säljföretaget ha tillkopplade redskap till demo traktorn trots det vill många hellre använda sina egna redskap så att man lättare kan jämföra olika märken eller med sin gamla traktor.

Bilaga 6

70% av lantbruks företagen har mest tid till demo efter avslutat skördarbete och för att det finns mest sysslor att utföra med en demo traktor då ett lantbruksföretag svarar att man skulle vilja ha demo vid fler tillfällen under året för att kunna prova traktorn till olika sysslor.

Bilaga 7

Många vill få demo traktorn utkörd och att säljföretaget ger en ordentlig instruktion på hur traktorn fungerar, detta för att det oftast kan vara mycket att göra samt att få bättre utnyttjande av demonstrationen om man fått instruktion om hur traktorn fungerar. Ett lantbruks företag svarar att traktoreorna idag är så avancerade att en instruktion är ett krav

Bilaga 8

Kundträffar är bra, av svaren kan tolkas att många tycker att det är bra också att få möjlighet till att träffa och diskutera med andra kollegor i branschen.

Bilaga 9

Av de som svarade ja på fråga 8 är inte en sådan träff tillräcklig som demonstration.

Bilaga 10

Många svarar att de inte tycker att säljföretagen ska bjuda in hela familjen till olika evenemang och träffar, de som svarar att de tycker det föreslår aktiviteter som gocart, trav eller liknande.

Bilaga 11

Den här frågan formulerades under intervjun att demodagen skulle vara opartisk anordnad en liknelse drogs med de dagar som ex Hushållningssällskapet anordnar. Sådana träffar är bra om förutsättningarna är lika för demo ekipagen. Flertalet tycker att dessa träffar är bra.

Bilaga 12

Samtliga svarar att det är bra att utföra demonstrationen i eget fält.

Bilaga 13

Resultat från frågorna visar att många kan tänka sig att demo köra med andra, många har börjat att samarbeta mer och köper sina maskiner tillsammans

Bilaga 14

76% kontaktar säljföretaget när de vill ha en demonstration.

Bilaga 15

Det man kan se är att många hellre väntar tills rätt demotraktor kan provas, i annat fall prioriteras rätt utrustning på demo traktorn.

Bilaga 16

Många kan tänka sig att betala för en längre demo (än de sex timmarna).

Bilaga 17

Det är många som själva kan hämta demotraktorn hos säljföretaget, men här har också många kommentarer lämnats.

Bilaga 18

Det ses som accepterat att hålla med bränsle och betala för reservdelar orsakade av egna sönderkörningar eftersom 98 % svarar ja.

Billaga 19

Man provar/studerar på 2-3 märken innan traktor köpet.

Bilaga 20

I den här frågan bad jag de svarande att rangordna svaren i frågorna 1-7
Frågan är ställd av vad som är av avgörande betydelse vid inköp av ny traktor?
Priset, närhet till service samt leveranssäkerhet av reservdelar rangordnas först (21 %).
Relation till säljare och driftskostnader kommer aningen senare 17 % resp 16 %.
Andrahandsvärde, finansieringsalternativ och säljföretagets seriositet samt utrustningsmöjlighet rangordnas sist.
Frågan besvaras med ganska likartade svar.

Bilaga 21

Det mest avgörande vid traktorbyte är att få bättre totalekonomi.

6 DISKUSSION

Av de sammanställningar jag gjort kan man studera fråga för fråga och Åhmans traktorcentrum AB kan vid framtida traktor demonstrationer använda sig av materialet för att bli så effektiva som möjligt i sina traktordemonstrationer.

Frågorna om vikten att demoköra, utkörning och instruktion, demo i eget fält och accepterat att hålla med bränsle samt ersätta eventuella sönderkörningar är besvarade lika och det visar att de svarande har samma uppfattning om dessa frågor.

Även fast nästan alla tycker att det är viktigt att demoköra så svarar ganska många att de inte alltid demokör vid traktorköp och detta beror på att de kompletterar med ytterligare en traktor eller att de har kört en liknande modell tidigare.

Man kan se liknade resultat vid kundträffar, där många tycker att de är bra men att det inte är tillräckligt som demonstration efter som man vill demoköra traktorn i egna fält. Man tycker heller inte att det är nödvändigt att anordna kundträffar där hela familjen är inbjuden.

Många kan också tänka sig att utföra demonstrationen tillsammans med sina grannar och det torde bero på att fler och fler har maskinsamverkan.

Ekonomi är viktig för man vill hellre vänta och köra rätt demotraktor som man är intresserad av än att prova någon annan, det borde bero på att man får se en traktor investering som en mycket stor affär för den enskilde i lantbruksföretagen. Det hänger också ihop med att man är villig att betala för en demonstration och att man provar/studerar 2-3 traktormärken innan sitt köp. Priset och närhet till service toppar också svaren för vad som är av avgörande betydelse vid inköp av ny traktor och man byter för en bättre totalekonomi.

Underlaget kan till viss mån vara för litet i form av för få frågor, men av dessa presenterade frågor avspeglar sig resultatet verkligheten.

För att förbättra resultatet och få ännu mer svar skulle man utöka antalet frågor samt att låta ännu fler lantbruksföretag delta i undersökningen.

Oavsätt underlaget i undersökningen finns det ett material som går att vidareutveckla. Av svaren ska förhoppningsvis vara till hjälp vid traktordemonstrationer och frågorna kring traktorköp, traktorbyte kan säkert vara till hjälp vid försäljning.

Om jag gör om min undersökning skulle jag ändra på följande:

- Utökat frågorna avseende traktorköp och traktorbyte.
- Intervjuat fler personer i lantbruksföretag
- Gjort en grundligare förstudie genom att låta ytterligare 2-3 st få svara på prov frågorna.
- Om en liknande undersökning genomförs i större skala med ex hela Åhmans traktorcentrums kundregister som svarsunderlag, skulle jag anlita ett konsultföretag för upprättandet av en databas så att man skulle kunna dra ännu större nytta av undersökningen.

6.1 Slutsats

Av marknadsundersökningen framgår hur personerna i lantbruksföretag tänker/ tycker och agerar vid traktordemonstrationer, traktorköp och traktorbyte.

Som slutsats kan man sedan dra att svaren av vissa frågor har besvarats lika eller mycket lika, vilket visar att de svarande har lika uppfattning. Det går även att se att lantbruksföretagen tycker att det är viktigt med demonstrationer och att de gärna träffas vid olika sammankomster.

Man kan också se på de svarande att ekonomin är en röd tråd. Det avspeglar sig ur många av svaren på frågorna.

Syfte med undersökningen var att kunna sammanställa undersökningen på ett sätt som var till nytta vid framtida traktor demonstrationer och försäljning. Med min undersökning som underlag kan Åhmans traktorcentrum AB lättare urskilja och välja rätta strategier för effektiva demonstrationer.

Med hjälp av de sammanställda dokumenten kan man lätt gå in och se och urskilja svaren i enskilda frågor, därmed kan man se hur personer i lantbruksföretagen uppfattar dessa områden.

7 REFERENSER

Litteratur:

- Kurskompendium till marknadsföringsavsnittet i Lantmästarprogrammets ekonomiblock. Redaktör: Thomas Björklund, SLU, 2004
- Philip Kotler, Kotlers marknadsföring Att skapa, vinna och dominera marknader, Liber, 1999

Muntliga referenser:

- Åhman Leif, VD Åhmans traktorcentrum AB, Linköping, januari-mars 2005.
- Åhman Magnus, säljare Åhmans traktorcentrum AB, Linköping, januari-mars 2005.
- Telefonintervjuer med beslutfattare i lantbruksföretag, mars 2005

BILAGOR, SAMMANSTÄLLNING

1. Frågorna vid telefonintervjun

Bilagorna 2-21 innehåller diagram som visar sammanställningen av de frågor som besvarats. Se inlagan, kap 5.1, för kommentarer.

2. Viktigt att demoköra
3. Alltid demo
4. Tid för demo
5. Tillkopplade redskap/ egna
6. På året mest passande för demo
7. Utkörning och instruktion
8. Företags träffar
9. Tillräckligt som demo
10. Familjen med på träffar
11. Fler fabrikat samlade
12. Demo i eget fält
13. Demo tillsammans med andra
14. Kontakta säljföretaget
15. Säljföretaget kan inte erbjuda rätt demotraktor
16. Betala för demo
17. Hämta demotraktorn själv
18. Accepterat att hålla med bränsle och ersätta eventuella sönderkörningar
19. Hur många traktormärken
20. Avgörande betydelse vid inköp av ny traktor (frågan är besvarad i rangordnad form)
21. Avgörande vid traktorbyte

FRÅGOR

1. Är det viktigt för dig att få demoköra den traktorn du är intresserad av innan ditt köp?
Ja/Nej
Ev kommentar: _____
2. Demokör du alltid traktor/ traktorer innan ditt traktor köp?
Ja/Nej
Ev kommentar: _____
3. Hur lång tid vill du demoköra?
1. En halv dag. 2. En hel dag. 3. Ett dygn 4. Fler dygn
Ev kommentar: _____
4. Vill du att sälj företaget har ett redskap tillkopplat till traktorn, eller vill du hellre använda dina egna?
Ja/Nej
Ev kommentar: _____
5. När på året passar demokörningen bäst för dig?
1. våren. 2. under sommaren. 3. under skörden. 4. efter skörden.
Ev kommentar: _____
6. Vill du att sälj företaget kör ut traktorn till dig och instruerar dig hur traktorn fungerar i fält?
Ja/ Nej
Ev kommentar: _____
7. Tycker du det är bra att sälj företaget anordnar träffar och har med många produkter från produktprogrammet samtidigt?
Ja/Nej
Ev kommentar: _____
8. Om Ja på fråga 7.
Skulle en sådan träff räcka för dig som demonstration?
Ja/Nej
Ev kommentar: _____
9. Skulle du vilja att sälj företaget skulle bjuda in hela din familj till olika evenemang och Träffar?
Ja/Nej
Om Ja, vilken typ av aktivitet?
Ev kommentar: _____

10. Tycker du att det är bra när fler fabrikat är samlade på en ex demodag?
Ja/Nej
Ev kommentar: _____
11. Är det bra att få genomföra demonstrationen ute i eget fält?
Ja/Nej
Ev kommentar: _____
12. Skulle du kunna tänka dig att utföra en demonstration tillsammans med andra ex din granne/grannar?
Ja/Nej
Ev kommentar: _____
13. Brukar du ta kontakt med sälj företaget när du vill ha en traktor demonstration?
Ja/Nej
Ev kommentar: _____
14. Vad är viktigast för dig om sälj företaget inte kan erbjuda just den traktorn som du är intresserad av vid ett visst tillfälle?
1. Storleken/hk 2. utrustningen 3. vänta tills rätt traktor kan demo köras
Ev kommentar: _____
15. Skulle du kunna tänka dig att prova en traktor om du fick betala något för varje körd timma?
Ja/Nej
Om Nej, Branschens policy är demokörning under sex timmar, skulle du därefter tänka dig att betala något, ex vid längre demo än de sex timmarna, som fler dagar?
Ev kommentar: _____
16. Kan du tänka dig att själv hämta demotraktorn hos sälj företaget?
Ja/Nej
Ev kommentar: _____
17. Är det accepterat att du håller med bränsle och betalar för de ev sönder körningar orsakade av dig?
Ja/Nej
Ev kommentar: _____
18. Hur många olika traktormärken brukar du prova/titta på innan ditt köp?
1. 1 2. 2 3. 3 4. 4 el fler
Ev kommentar: _____

19. Vad är för dig av avgörande betydelse vid inköp av ny traktor?

Rangordna från 1-9

1. Priset 2. Närhet till service samt leveranssäkerhet av reservdelar

3. Andrahandsvärde och finansieringsalternativ

4. Utrustningsmöjlighet 5. Säljföretagets seriositet (ekonomiläge, kompetens mm)

6. Driftskostnader 7. Relation till säljaren

Ev. kommentar: _____

20. Vad avgör när du ska byta traktor?

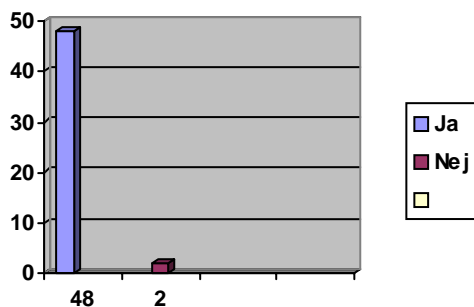
1. Bra pris 2. Gamla utsliten 3. Gamla för liten 4. Gamla obekväma

5. Bättre totalekonomi 6. Annat

Ev kommentar: _____

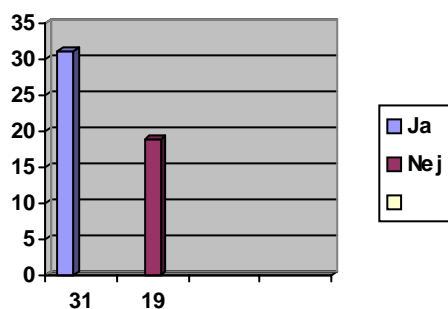
Svar till frågor:

1. Är det viktigt för dig att få demoköra den traktor du är intresserad av innan ditt köp?
Ja/ Nej



Svaren visar att 48 st tycker att det är viktigt att få demo köra traktorn innan köp, 2 st svarar att det inte är viktigt.
Kommentar från lantbrukare:
Nej -*vid nytt mindre betydelse att demo köra.*

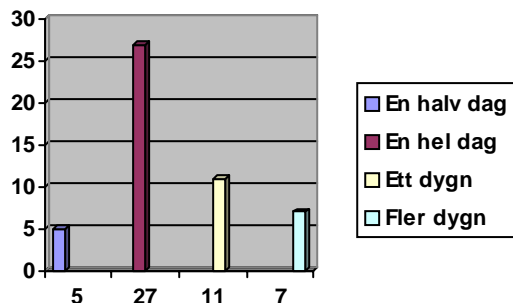
2. Demokör du alltid traktor/ traktorer innan ditt traktor köp?
Ja/Nej



Svaren visar att 31 st alltid demokör innan köp, 19 st demokör inte alltid innan köp.
Kommentar från lantbrukare:
Ja -*oftast.*
Nej - *jag är nystartad och ha därför ännu inte köpt någon ny traktor.*

3. Hur lång tid vill du demoköra?

1. En halv dag. 2. En hel dag. 3. Ett dygn. 4. Fler dygn.



Svaren visar för hur länge man vill demoköra där 5 st vill köra en halv dag, 27 st en hel dag, 11 st ett dygn och 7 st vill demoköra fler dygn.

Kommentar från lantbrukare:

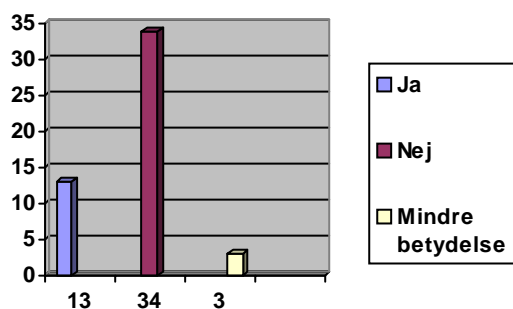
En halv dag -*vid optimala förhållanden i fältarbeten*

En hel dag -*vid fler tillfällen under året.*

Fler dygn -*som seriös köpare.*

4. Vill du att sälj företaget har ett redskap tillkopplat till traktorn, eller vill du hellre använda dina egna?

Ja/ Nej



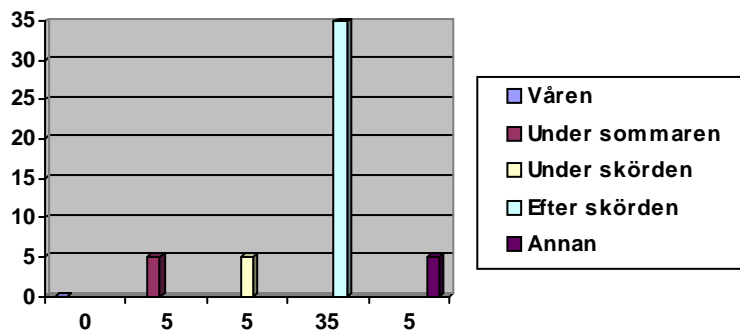
Svaren visar att 34 st vill använda sina egna redskap vid demokörning, 13 st vill att sälj företaget har tillkopplat redskap och 3 st svarar att det har mindre betydelse.

Kommentar från lantbrukare:

Nej -*i sådant fall ett redskap som motsvarar mitt egna i storlek.*

5. När på året passar demokörningen bäst för dig?

1.Våren. 2.Under sommaren. 3.Under skörden. 4.Efter skörden.



Svaren visar att ingen vill demoköra endast på våren, 5 st under sommaren, 5 st under skörden, 35 st efter skörden och 5 st vid annan.

Kommentar från lantbrukare:

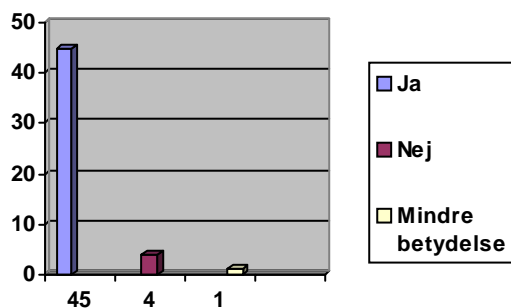
Under sommaren: *-vid trädbruk*

Efter skörden: *-sen höst*

Annan: 3 st svarar vår och höst, 1 sommar och höst och 1 st under hela året.

6. Vill du att sälj företaget kör ut traktorn till dig och instruerar dig hur traktorn fungerar i fält?

Ja/ Nej



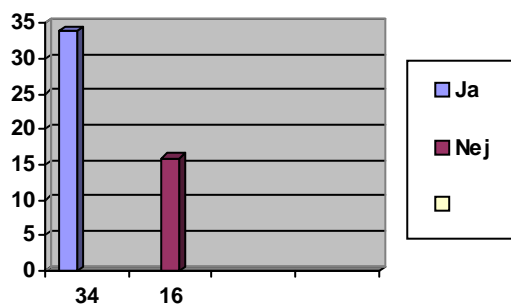
Svaren visar att 45 st vill att sälj företaget kör ut och instruerar traktorn till lantbrukaren, 4 st svarar nej och 1 st svarar att det har mindre betydelse.

Kommentar från lantbrukare:

Ja *-instruktion av traktorn är ett krav*

7. Tycker du att det är bra att säljföretaget anordnar träffar och har med många produkter från produktprogrammet samtidigt?

Ja/ Nej



Svaren visar att 34 st tycker det är bra med anordnade träffar med många produkter. 16 st tycker inte att det är bra.

Kommentar från lantbrukare:

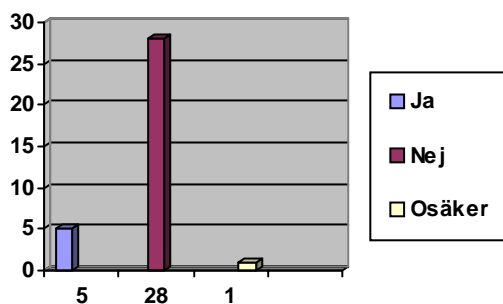
Nej –*mest social tillställning*

Nej –*hellre specialisera sig på mindre kundgrupper ex träffar för stor traktorer över 200 hk*

8. Om Ja på fråga 7.

Skulle en sådan träff räcka för dig som demonstration?

Ja/ Nej



Svaren visar att 5 st tycker en sådan träff räcker som demonstration, 28 st tycker inte att det räcker som demonstration och 1 st svarar att denne är osäker.

Kommentar från lantbrukare:

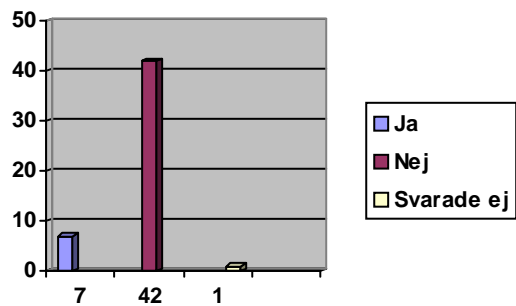
Nej –*inte till köp*

Nej –*för kort stund, mycket folk och risk för köbildning*

9. Skulle du vilja att säljföretaget skulle bjuda in hela din familj till olika evenemang och träffar?

Ja/ Nej

Om Ja, vilken typ av aktivitet?



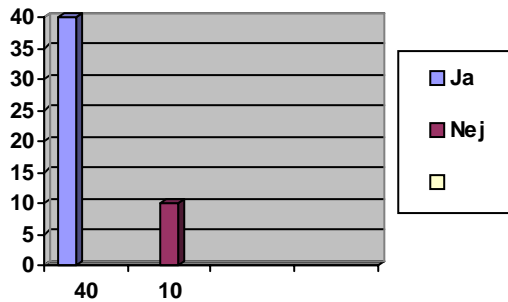
Svaren visar att 7 st vill att säljföretaget bjuder in hela familjen, 42 st vill inte det och 1 st svarade ej.

Kommentar från lantbrukare:

Ja - *exempelvis gocart*

Ja -*för de familjemedlemmar som är aktiva i lantbruket*

10. Tycker du att det är bra när fler fabrikat är samlade på en ex demodag?
Ja/ Nej



Svaren visar att 40 st tycker att det är bra när fler fabrikat är samlade, 10 st tycker inte att det är bra med fler fabrikat samlade.

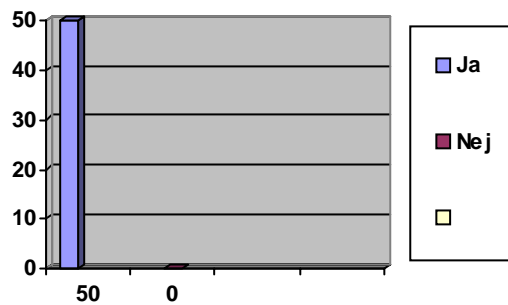
Kommentar från lantbrukare:

Ja –men med jämn stora traktorer och redskap

Ja –med de största fabrikaten på marknaden

Ja –i vissa fall ex vid trösk demonstration

11. Är det bra att få utföra demonstrationen i eget fält?
Ja/ Nej



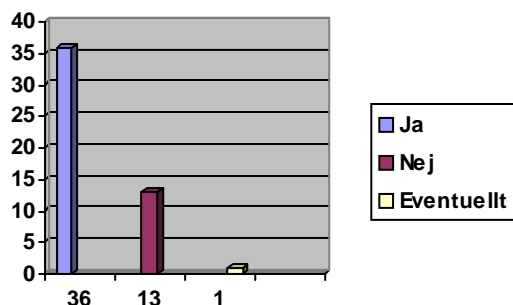
Svaren visar att alla (50 st) tycker att det är bra att utföra demonstrationen i eget fält.

Kommentar från lantbrukare:

-

12. Skulle du kunna tänka dig att utföra en demonstration tillsammans med andra ex din granne/ grannar?

Ja/ Nej



Svaren visar att 36 st kan tänka sig att utföra demonstrationen med andra, 13 st svarar nej och 1 st eventuellt

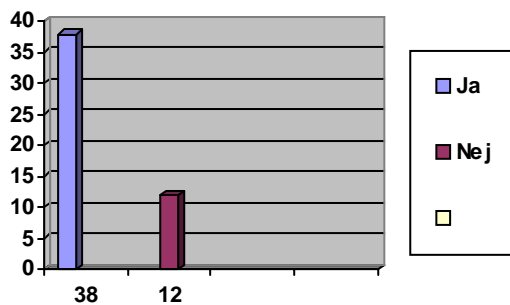
Kommentar från lantbrukare:

Ja -*men på egen jord*

Ja -*men det måste vara likartade maskiner som passar båda*

13. Brukar du ta kontakt med sälj företaget när du vill ha en traktor demonstration?

Ja/ Nej



Svaren visar att 38 st tar kontakt med sälj företaget när de vill ha en traktor demonstration, 12 st svarar att de inte tar kontakt.

Kommentar från lantbrukare:

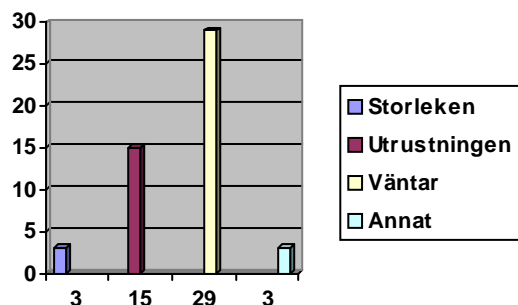
Ja -*vid bytestankar*

Ja -*om sälj företaget inte hinner ringa före*

Nej -*väntar tills sälj företaget ringer upp*

14. Vad är viktigast för dig om sälj företaget inte kan erbjuda just den traktorn du är intresserad av vid ett visst tillfälle?

1.Storleken. 2.Utrustningen 3.Vänta tills rätt traktor kan demoköras 4.Annat



Svaren visar att 3 st tycker storleken är viktigast, 15 st utrustningen, 29 st väntar och 3 st svarar annat.

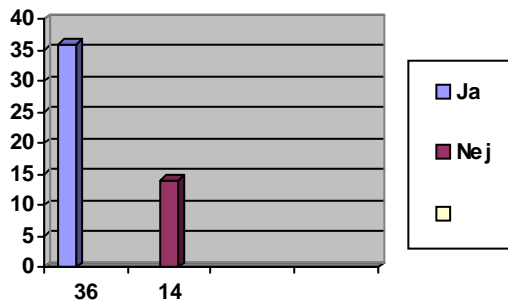
Kommentar från lantbrukare:

Annat: *-vid en sådan situation om möjligt demoköra en traktor som är i rätt storlek och en med rätt utrustning*

15. Skulle du tänka dig att prova en traktor om du fick betala något för varje körd timma?

Ja/ Nej

Om Nej, Branschens policy är demokörning under sex timmar, skulle du därefter tänka dig att betala något, ex vid längre demo än de sex timmarna, som fler dagar?



Svaren visar att 36 st kan tänka sig att betala något för demokörningen som överstiger sex timmar, 14 st svarar att de har svårt att tänka sig betala något efter de sex timmarna.

Kommentar från lantbrukare:

Ja –*vid köp*

Ja –*till reducerat pris*

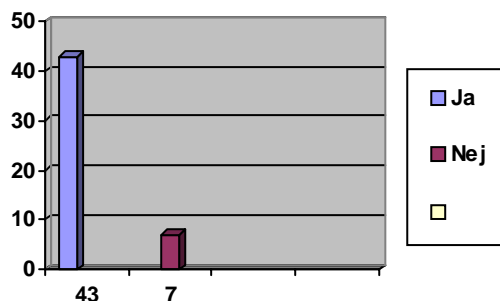
Ja –*tas bort vid köp*

Ja –*förhandlas vid köp*

Ja –*upplyst innan*

Nej –*ej som demonstration*

16. Kan du tänka dig att själv hämta demotraktorn hos säljföretaget?
Ja/ Nej



Svaren visar att 43 st kan tänka sig att hämta demotraktorn hos säljföretaget
7 st har svårt att tänka sig att hämta demotraktorn.

Kommentar från lantbrukare:

Ja –inom rimligt avstånd

Ja –men vid stor körvana av traktorn

Ja –men får inte ta för lång tid

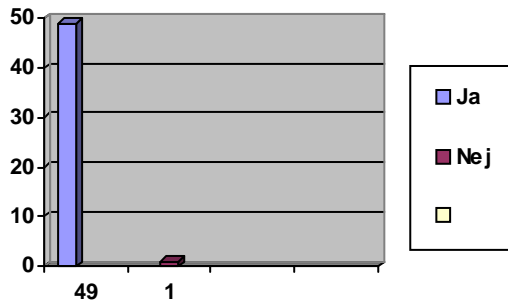
Ja –men med instruktion om hur traktorn fungerar från säljföretaget

Ja –men helst inte

Nej –oftast mycket att göra de tillfällen som man vill demoköra traktorn

17. Är det accepterat att du håller med bränsle och betalar för de eventuella sönderkörningar orsakade av dig?

Ja/ Nej



Svaren visar att 49 st tycker att det är acceptabelt att hålla med bränsle och stå för eventuella sönderkörningar, 1 st tyckte inte det är accepterat.

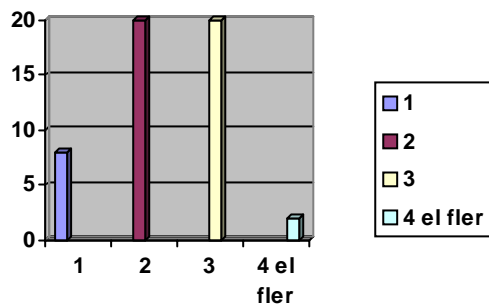
Kommentar från lantbrukare:

Ja –om man förbrukar mer än 100 liter

Ja –men då måste en instruktion fåtts om hur traktorn fungerar

18. Hur många olika traktormärken brukar du prova/ titta på innan ditt köp?

1.1 2.2 3.3 4.4 el fler



Svaren visar att 8 st tittar på 1 traktormärke, 20 st på 2, 20 st på 3 och 2 st tittar på 4 el fler innan ett köp.

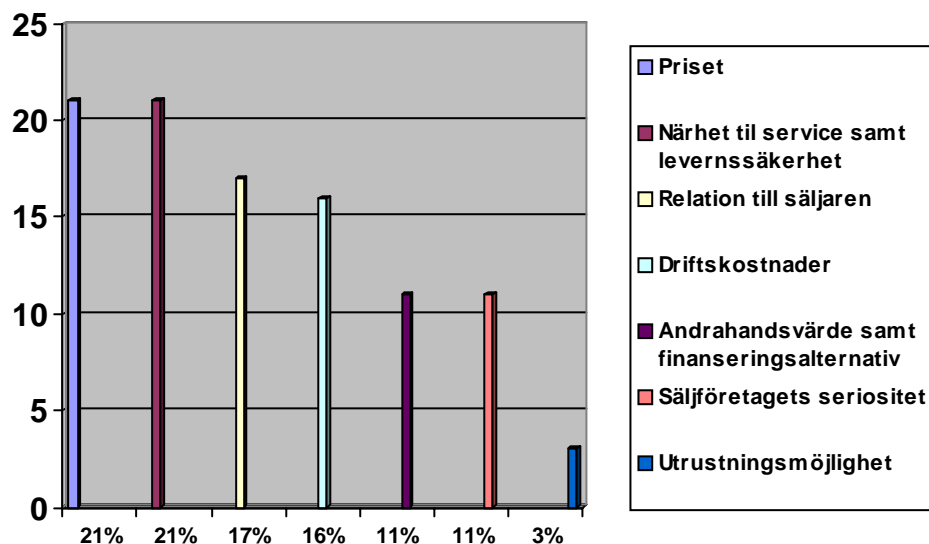
Kommentar från lantbrukare:

-

19. Vad är för dig av avgörande betydelse vid inköp av ny traktor?

Rangordna vad som är viktigast, näst viktigast osv

1. Priset
2. Närhet till service samt leveranssäkerhet av reservdelar
3. Andrahandsvärde och finansieringsalternativ
4. Utrustningsmöjlighet
5. Sälj företagets seriositet (ekonomiläge, kompetens mm)
6. Driftskostnader
7. Relation till säljaren.



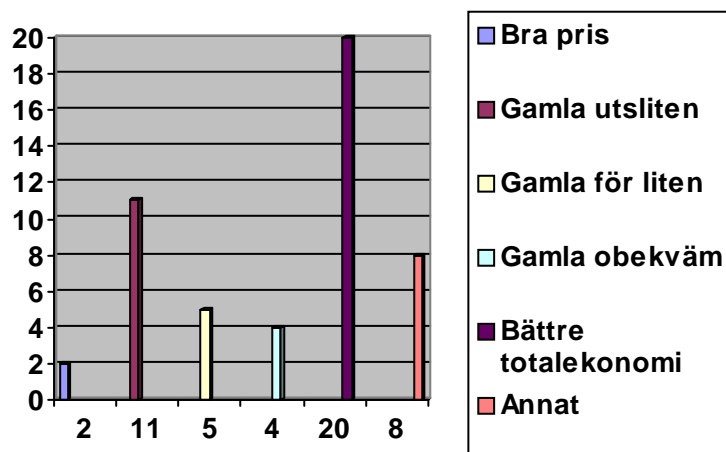
Svaren visar i rangordnad följd vad som är av avgörande betydelse vid inköp av ny traktor:

1. 21% Priset
1. 21% Närhet till service samt leveranssäkerhet av reservdelar
3. 17% Relation till säljaren
4. 16% Driftskostnader
5. 11% Andrahandsvärde samt finansieringsalternativ
5. 11% Sälj företagets seriositet
7. 3% Utrustningsmöjlighet

Kommentar från lantbrukare:

-

20. Vad avgör när du ska byta traktor?
 1.Bra Pris 2.Gamla utsliten 3.Gamla för liten 4.Gamla obekväma
 5.Bättre totalekonomi 6.Annat



Svaren visar att för 2 st är ett bra pris avgörande vid byte av traktor, för 11 st är det att gamla är utsliten, för 5 st gamla för liten, för 4 st gamla är obekväma, för 20 st för bättre total ekonomi och 8 st svarar annat.

Kommentar från lantbrukare:

Annat: *-byter när det är läge för mig att byta*

Annat: *-byter för förnyelse när den gamla traktorn ärr uttjänad för mig*

Annat: *-samtliga faktorer avgör för traktorbyte*