

TRYK PÅ VIRKSOMHEDEN FOR AT LÆSE CASEN



VB PLUS+

VB Plus er en netværksevirsomhed og et datterselskab til Vejle Boldklub og Relationsfabrikken.

Udarbejd en dybdegående undersøgelse omkring medlemmernes behov og motivation for at være en del af VB plus.



NJORDIC
COMPANY

Njordic Company er et datterselskab af Contrast Company, som leverer private-label og non-licence produkter.

Udfør en dybdegående research undersøgelse af detailkædernes handel af haveartikler og beklædning dertil.



duka[®]
-tech it easy

Duka leverer IT-support, computerhjælp og innovative serviceordninger, samt udlejer computere uden binding eller førstegangsydelse.

Udvikling af nye forretningsmuligheder på nye og eksisterende markeder.



iKontrol

iKontrol leverer en løsning til digital kvalitetssikring og fotodokumentation. Systemet kan bl.a. samle kvalitetssikring og afslutte registreringer.

Strømlinje proces fra lead til kunde, og udarbejd en internationaliseringsstikprøve, på 1-3 lande.



Companyons driver kontorfællesskaber i Århus, hvor de leverer fleksible kontorlokaler til mindre virksomheder og iværksættere.

Undersøg potentialet i at indgå samarbejde med klassiske ejendomsbesiddere, og afdæk interessen for et eksternt Office management produkt til selvstændige selskaber/virksomheder.



Etikos

Etikos hjælper organisationer over hele landet med at sætte etik på dagsordenen, de sætter fokus på de dilemmaer, som medarbejdere dagligt møder.

Undersøg og eksekver forretningsmuligheder for Etikos' digitale etik- og organisationsanalyser.



Difko

Difko er et investeringsselskab der har et mål om at give hele Danmark adgang til attraktive investeringsmuligheder.

Implementering af ny forretningsmodel, samt procesoptimering.



Systuen Pana
BOLIGTEKSTILER & GARDINER

Systuen Pana er et serviceorgan for detailhandlen, på syning af gardiner og andre boligtekstiler. Systuen Pana har mere en 30 år på bagen i branchen.

Foretag en dybdegående markedsanalyse, og udvikle innovative idéer og koncepter.



GRUNDFOS

Grundfos is one of the world's leading manufacturers in pump solutions and water technology.

Examine the market potential and request-for-proposals processes in areas where clean drinking water is a problem.

VB PLUS

KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN

CASEBESKRIVELSE

OVERSIGT VB Plus

Virksomhed	VB Plus ApS
Hjemmeside	https://vbplus.dk
Titel på casen	Udarbejd et værditilbud til fastholdelse af nuværende medlemmer og tiltrækning af potentielle medlemmer.
Casens løbetid	September – december 2019
Kontaktperson	Peter Bredsdorff-Larsen

VIRKSOMHEDSPROFIL

VB Plus ApS er en netværksvirksomhed og er et datterselskab til Vejle Boldklub og Relations fabrikken. VB Plus ApS driver netværksgrupper for virksomheder i regionen.

VB Plus driver forretningsskabende netværksgrupper i Vejle og omegn for erhvervslivet og har til hensigt at udvikle forretninger og personer igennem tillid og relations skabelse.

På nuværende tidspunkt har VB Plus ApS omkring 180 virksomheder i deres netværk. Deres netværk består af 8 netværksgrupper og 4 facilitatorer, som afholder netværks møder hver 14 dag. Blandt deres netværksgrupper er de 2 af dem bestående af ledere med ca. 60 medlemmer, mens resten af en blanding af medarbejdere fra forskellige typer af virksomheder og brancher.

Medlemmerne betaler 9.990 kr. for et årligt medlemskab udover forskellige aktiviteter så som stormøder, inspirationsaftner (vin & tapas koncept), julefrokoster og sommerfester, tilbyder netværket også medlemmerne at gøre brug af deres sparring, hvis det kan bruges. Samtidig tilbyder netværket også forskellige betalingsmuligheder – dog skal man forpligte sig til minimum 12 måneders bindende medlemskab, herefter har man så mulighed for at betale månedsvis (dyrest), kvartal, halvår eller år (billigst).

Medlemmerne i netværket er i de fleste tilfælde sponsorer i Vejle Boldklub, men det er ikke et krav at være sponsor for at være en del af netværket.

CASEBESKRIVELSE



LEAD THE
TALENT

VB PLUS

KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN

CASEBESKRIVELSE

VB Plus ønsker at få udarbejdet en dybdegående undersøgelse omkring medlemmernes behov og motivation for at være en del af VB plus ApS. De ønsker ligeledes at få testet om deres nuværende antagelser og ideer er korrekte samt at udvikle og afprøve nye ideer som kan sikre endnu større tiltrækning af nye medlemmer og bedre fastholdelse af eksisterende medlemmer.

VB plus ApS har på nuværende tidspunkt haft stor succes med deres medlemstal, hvor de på pt. har omkring 180 medlemmer. VB plus antager dog at der er potentiale for at få flere medlemmer - helt op til 500 medlemmer, da det geografiske område strækker sig helt fra Middelfart til Horsens. VB plus har derfor brug for hjælp til at undersøge hvilken motivation der ligger til grund for at vælge at være en del af et netværk. På nuværende tidspunkt gør VB plus ikke meget for at tiltrække nye kunder, hvorfor de ser et behov for at få klarlagt en strategi for tiltrækning af nye medlemmer.

De har et behov for at få udarbejdet en segmentering af deres målgrupper på baggrund af deres behov og dermed kortlægge hvilket værditilbud de forskellige typer af medlemmer forventer at få igennem VB plus. På baggrund af dette skal der laves en strategi for hvordan de kommunikerer til disse målgrupper

Casen er bygget op omkring 3 vigtige faser.

Fase 1: Dybdegående research af medlemmernes behov og motivation samt en målgruppe segmentering af deres nuværende medlemmer:

Casens formål er at få skabt stærke indsigter om eksisterende medlemmer og potentielle medlemmer.

Denne research proces skal give VB plus nye indsigter og af eller bekræfte antagelser om medlemmernes behov. Kortlægningen kan bl.a. bestå af:

- Medlemmernes ønsker, behov, motivation for at være en del af et netværk, samt hvilke udfordringer de oplever ved at være en del af netværket. Ligeledes er det vigtigt at forstå hvorfor ikke-medlemmer har valgt det fra. Det kan enten være tidligere medlemmer eller virksomheder som helt fravælger netværksgrupper
- En klarhed omkring de vigtigste elementer i det værditilbud VB plus skal tilbyde deres medlemmer.
- En målgruppe segmentering

Talenterne kan vælge at foretage interviews, observationer, fokusgrupper, feltresearch samt andre metoder, som de mener kan hjælpe med at opnå de gode indsigter. Her handler det om



LEAD THE
TALENT

CASEBESKRIVELSE

at forstå eksisterende og potentielle medlemmer; Hvad er deres behov, frustrationer og motivationer? Hvorfor vælger de at være en del af en netværksgruppe?

Selve research fasen skal også give indsigt i virksomhedernes holdning og tanker omkring sponsorater, da moderselskabet også er interesseret i at tiltrække endnu flere sponsorer. Her bliver det igen vigtigt at kortlægge hvorfor de vælger at engagere samt støtte op omkring VB generelt.

Fase 2: Test af ideer og prototyper

På baggrund af ovenstående undersøgelse skal der udvikles forskellige idéer og koncepter. De mest lovende ideer skal videre udvikles og prototypetestes.

Fase 3: Udvikle et værditilbud og kommunikation til nuværende og potentielle nye kunder

Talenterne skal skabe et fundament for, at VB plus har noget konkret materiale, der kan hjælpe dem med at fastholde og tiltrække medlemmer. Det skal bygge på den indsamlede viden og give en klar ide om hvilke målgrupper VB Plus skal arbejde med og hvordan de skal kommunikere det bedste værditilbud til både nuværende, men også potentielle medlemmer.

Det er ligeledes vigtigt at der udvikles forslag og ideer til hvordan man i højere grad lykkes med at tiltrække nye sponsorer til VB som klub.

FORMÅL OG ØNSKET UDBYTTÉ FOR VIRKSOMHEDEN

VB plus vil gerne efter 12 uger stå med en række indsigterne fra undersøgelseerne, som kan udfordre deres nuværende ideer om hvordan et netværk skal drives og hvilken værdi de skal skabe. Det er dog vigtigt at teamet er konkret og har teste deres ideer.

VB Plus ApS vil derfor gerne stå med følgende:

- En dybdegående undersøgelse af medlemmers behov og motivation
- Test af forskellige prototyper
- Udarbejdelse af en målgruppesegmentering
- En kommunikationsstrategi for hvordan de kommunikerer med de forskellige målgrupper.
- Udarbejdelse af et stærkt værditilbud og kommunikation til at fastholde og tiltrække nye medlemmer.



VB PLUS

KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN

CASEBESKRIVELSE

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

Design og innovation	x	Jura	
Antropolog, sociolog, etnograf	x	Kommunikation og PR	x
Supply chain, logistik og indkøb		Internationalt samarbejde	
HR og personale	x	Forretningsudvikling	x
Organisation og ledelse	x	Kultur og sprog	
Økonomi og regnskab		International og offentlig politik	
Salg og marketing	x	It og teknologi, UX	

TALENTPROFIL

Talenterne skal kunne tage ejerskab for opgaven og arbejde selvstændigt med projektet og selv stå for planlægningen og afvikling af de forskellige opgaver. Det er vigtigt at talenterne kan strukturere deres arbejde og at undersøgelser resultere i at der skabes øget værdi for medlemmerne og VB Plus.

Det er afgørende om talenterne er i stand til at eksekvere, da VB Plus har et ønske om at ideer skal testes i praksis. Derudover er det vigtigt at man er i stand til at samarbejde i et team og at man besidder et højt drive.

OPGAVER OG FORVENTNINGER

Konkrete opgaver:

- Dybdegående kvalitative undersøgelser og interviews med nuværende medlemmer og potentielle medlemmer.
- Udarbejdelse af værditilbud på baggrund af ovenstående undersøgelser
- Udførelse af test på prototyper
- Udarbejdelse af en opsamlende rapport

Følgende bliver afgørende for om talenter kan blive ansat under/efter projektet:

VB PLUS

KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN

CASEBESKRIVELSE

Der er ikke mulighed for en ansættelse hos VB plus efter endt forløb, dog arbejder man med et stort netværk og vil møde rigtig mange virksomheder. Dermed vil der være et stort potentiale for at skabe sin egne karrierer muligheder via netværket.

HVORFOR SKAL TALENTERNE ANSØGE NETOP HER

Man skal ansøge om at blive en del af VB Plus casen, fordi de vil arbejde med et spændende projekt hvor der er mulighed for at sætte sit eget præg på udviklingen af netværket og det værditilbud virksomheden skal tilbyde. Man vil få mulighed for at prøve kræfter med en opgave, som har strategisk betydning og som gerne skal kunne skabe merværdi til både VB Plus, men også deres medlemmer.

Som talent på denne case vil man opleve at der er rig mulighed for at forstå et netværk og samtidig lære at gøre brug af et stort netværk, som kan være til stor gavn for egen jobsøgning.

Talenterne skal deltage aktivt i Vejle – fordi casen vil blive delt med selve netværket og der er derfor behov for at talenterne er tilstede i Vejle til netværksmøderne.

Njordic Company

CASEBESKRIVELSE

KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN

OVERSIGT Njordic Company

Virksomhed	NJORDIC COMPANY A/S
Hjemmeside	www.njordiccompany.com
Titel på casen	Markedstilgang af GARDENA CASUALS fra Skandinavien til Europa
Casens løbetid	September – december 2019
Kontaktperson	Allan Jakobsen, Brand Manager

VIRKSOMHEDSPROFIL

NJORDIC Company A/S er en førende virksomhed inden for levering af private-label og non-license produkter til det europæiske marked. Virksomheden leverer og markedsfører en lang række internationale brands i detailhandlen i Europa.

Virksomheden er en del af Contrast Company, som i dag har premium licences for nogle af de stærkeste brands i verden såsom Disney, Coca-Cola og Everlast, som de leverer merchandise og produkter til detailhandlen for (<http://contrast.dk/licenses/>). Herudover leverer virksomheden private label produkter til detailhandlen for bl.a. JYSK, Bestseller, Dansk Supermarked. Virksomheden beskæftiger totalt +50 medarbejdere.

GARDENA Casuals, som er omdrejningspunktet for denne case, er et verdenskendt brand og har produkttyper, der henvender sig til den passionerede haveejer. Produkterne i Casuals serien er designet til den kvalitetsbevidste forbruger. Salget er i dag fokuseret på det skandinaviske marked.

NJORDIC Company A/S har i samarbejde med GARDENA lavet en licensaftale omkring udvikling af beklædning til havebrug. Denne aftale er Worldwide og derfor har NJORDIC Company ret til at sælge disse produkter i hele verden.

CASEBESKRIVELSE



LEAD THE
TALENT

Njordic Company

CASEBESKRIVELSE

KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN

Udfør en dybdegående research undersøgelse af detailkædernes handel af haveartikler og beklædning dertil og udarbejd en præsentation på baggrund af undersøgelserne.

NJORDIC Company A/S har fået tildelt rettighederne til at samarbejde med GARDENA på en licensaftale, fordi de har ekspertisen til at levere produkter som GARDENA til det europæiske marked. NJORDIC er på nuværende tidspunkt på det skandinaviske marked. GARDENA mener dog, at der er et stort potentiale på henholdsvis det hollandske, belgiske og britiske (UK) marked. Med deres NOOS program af kendte GARDENA produkter vil det være oplagt at udnytte de markedsmuligheder, der ligger i forlængelse af Danmark/Skandinavien og derfor er valget faldet på Holland, Belgien og UK.

Casen er bygget op omkring 3 vigtige faser:

1. Undersøg det hollandske, belgiske og britiske marked:

- Med fokus på GARDENA Casuals produkter ønsker NJORDIC at få undersøgt markederne i UK, Belgien og Holland og skabt en samlet salgsstrategi der kan eksekveres i år 2021
 - a. Der skal i disse undersøgelser være fokus på at undersøge, hvilke detailkæder der er relevant for GARDENA Casuals produkterne.
 - b. Der skal også være fokus på en markedsundersøgelse som giver indblik i forbrugernes behov ift. GARDENA produkter.

2. Udarbejd en målgruppesegmentering på baggrund af undersøgelserne:

- På baggrund af undersøgelserne ønskes der er afdække købsadfærden hos slutbrugerne på de 3 markeder
- Der ønskes at der udarbejdes med segmentering af de forskellige detailkæder på markederne.
- Der ønskes en afdækning af deres sortiment – passer produkterne til forbrugerne i de enkelte lande?

3. Udvikl en præsentation/værditilbud:

- I denne fase skal der udarbejdes en samlet præsentation af undersøgelser, denne præsentation skal kunne medbringes til GARDENA og skal kunne præsenteres for GARDENA af NJORDIC Company.



LEAD THE
TALENT

Njordic Company

CASEBESKRIVELSE

KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN

Denne præsentation skal derfor indeholde følgende:

- Forretningsstrategi og tilgang til de enkelte markeder – eller en samlet løsning
- Overblik på kæder og kontaktpersoner
- En eksekveringsstrategi for de enkelte markeder

FORMÅL OG ØNSKET UDBYTTÉ FOR VIRKSOMHEDEN

Efter 12 uger vil Njordic Company gerne stå i hånden med:

- Komplet brugerundersøgelse blandt passionerede haveejere i hvert af de 3 lande
- Oplæg til en pris og salgsstrategi pr. land
- En præsentation med undersøgelserne, der kan understøtte forretningsmodellen som skal præsenteres for GARDENA
- Denne præsentation skal indeholde følgende:
 - En strategi for hvordan de skal angribe det enkelte marked
 - En strategi for hvordan NJORDIC Company skal eksekvere på den ovenstående strategi

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

Design og innovation		Jura	
Antropolog, sociolog, etnograf	x	Kommunikation og PR	x
Supply chain, logistik og indkøb		Internationalt samarbejde	x
HR og personale		Investering og finansiering	
Organisation og ledelse		Kultur og sprog	x
Økonomi og regnskab		International og offentlig politik	
Salg og marketing	x	It og teknologi, UX	

Andet: Det kan være en fordel af have enten kendskab eller erfaring med detailhandel. Det kan samtidig være en fordel hvis man kan snakke hollandsk eller belgisk, men dette er ikke afgørende.

TALENTPROFIL



LEAD THE
TALENT

Njordic Company

CASEBESKRIVELSE

KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN

Det er vigtigt, at talenterne kan tage ejerskab omkring deres projekt/opgave og være ekstrem selvmotiveret, da der er mange opgaver, der skal koordineres og delmål, som teamet skal nå for at lave det ønskede slutprodukt for casen. Med andre ord, så er der fokus på en 12 ugers indsats, hvor det kræver en god disciplin i forhold til deadlines.

Talenterne vil få et stort medansvar i projektet, ligesom resultatet ved sin afslutning skal præsenteres for virksomhedens ledelse af de enkelte talenter. Der vil kunne være mulighed for ansættelse efter projektføreløbet.

Det er afgørende, at man kan finde ud af at arbejde sammen i et team og motivere hinanden. Er man som talent af vindertypen, så vil man passe godt ind i vores virksomhed, der samtidig værner om det menneskelige aspekt og formår at kombinere en travl hverdag med personlig udvikling.

OPGAVER OG FORVENTNINGER

Konkrete opgaver:

- Desk research af de enkelte markeder – samt dybdegående undersøgelser der giver en indikator omkring detailkæderne i de enkelte lande.
- Dybdegående undersøgelser om de private forbrugeres købsadfærd ift. Evt. haveartikler og beklædning.
- Udarbejdelse af en præsentation i eks. PowerPoint med følgende indikatorer:
 - Forretningsstrategi
 - Tidsplan samt handlingsplan
 - Ressourceplan
 - Økonomi

Følgende bliver afgørende for om talenter kan blive ansat under/efter projektet:

- Hos NJORDIC Company A/S er der en forventning om, at der skal ansættes både account managers og landeansvarlige til de nye markeder. Udover dette vil der muligvis også være behov for at besætte andre stillinger med fokus på salgs- og markedsføringsupport.

Andet:

- Det vil måske være nødvendigt at gruppen rejser til Holland, Belgien og UK – derfor skal talenterne være villige til at rejse i forbindelse med casearbejdet.



LEAD THE
TALENT

Njordic Company

CASEBESKRIVELSE

[KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN](#)

HVORFOR SKAL TALENTERNE ANSØGE NETOP HER

Hos NJORDIC COMPANY A/S får du en periode, hvor du får alvor vil kunne mærke, hvordan en vækstvirksomhed formår at lave enestående resultater og samtidig have topmotiverede medarbejdere, der gerne går gennem ild og vand med et smil på læben.

Hos NJORDIC COMPANY lever vi desuden i et GEIST miljø:

G = Glæde ved arbejdspladsen

E = Ejerskab for dine opgaver og virksomheden

I = Iderig er afgørende for at vi og virksomheden udvikler os

S = Samarbejde er vejen til succes, alle tandhjul tæller lige meget

T = Vi udviser troværdighed i alle sammenhænge, uanset hvem vi er i dialog med

Du får samtidig mulighed for at arbejde i en virksomhed med et stort vækstpotentiale, og med opgaver der skal lykkes.



LEAD THE
TALENT

DUKA

CASEBESKRIVELSE

KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN

OVERSIGT Duka

Virksomhed	Duka
Hjemmeside	https://www.duka.dk/
Titel på casen	Nyt produkt til nuværende marked.
Casens løbetid	September – december
Kontaktperson	Michael Krupsdahl

VIRKSOMHEDSPROFIL

Duka har siden 2011 hjulpet over 30.000 brugere videre via IT-support, computerhjælp og innovative serviceordninger, hvor du kan leje en computer uden binding eller førstegangsydelse.

Computer, PC, lap top, bærbar computer' – kært barn har mange navne, men én ting har de alle tilfælles. Det skal bare virke, og det er de færreste danskere, der er uddannet IT supportere. Grundtanken Duka arbejder ud fra er, at en computer både skal være nem at købe, nem at eje og nem at bruge.

Duka startede med at løse problemet med manglende IT-kundskaber hos især de ældre i Danmark og dette har de gjort med stor succes, og gør det stadig. I dag tilbyder Duka en variation af produkter og services. Ledelsen ønsker nu at afsøge hvilke behov der ligger fremadrettet i dette marked, da man har en vision om altid at være relevant og in top of mind når det kommer til IT-relaterede problemer.

Hos Duka er kundeservice en fuldt integreret del af deres tilbud og produkter. Dette betyder, at man har adgang til ubegrænset telefonisk IT-support. Deres mission er at gøre IT nemt for kunden, så man kan bruge tid på lige det, man har lyst til uden at bekymre sig om det, der driller. Dette gør, at Duka er blandt de virksomheder i Danmark, der har den bedste kundeservice målt på brugerratings.

CASEBESKRIVELSE

Udarbejd en analyse af hvilke nye behov Duka kan servicere med produkter, og hvilke justeringer af deres nuværende produkter der skal til

Duka har en klar mission om de skal løse et behov ud fra deres vision og slogan om at folk skal "tech it easy". Når Duka siger "tech it easy" så mener de at kunden skal kunne være afslappet i deres forhold til teknologi. Først og fremmest skal teknologi være nemt at eje, men med Duka ved sin side, så kan man også læne sig tilbage og tage det roligt hvis der skulle



LEAD THE
TALENT

DUKA

CASEBESKRIVELSE

KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN

opstå problemer med teknikken i hjemmet, så ordner Duka det, så kunden kan "tech it easy". Dette er vigtigt at have i tankerne da det er den primære driver for Duka og essensen af det Duka ønsker kunderne associerer med dem, deres produkter, og deres services.

Duka står overfor en skillevej mht. at udvikle sig. De har muligheden for at udvide de nuværende produkter, eller udvikle nye produkt komponenter. Duka kan f.eks, videreudvikle nogle af de eksisterende produkter og gøre dem mere tidssvarende til de behov den næste generation af seniorer har, eller gå i nye retninger og arbejde med nye komponent sammensætninger, som udgør kernen i at udbyde it support ydelser til den næste generation af senior segmentet. Det nuværende produkt/service katalog er udarbejdet anno (2010 senior) derfor skal Duka værditilbud gentænkes /nytænkes. Dette afhænger af det undersøgelses-, analyse- og opsamlingsarbejde der ligger forud. Duka vil løse et behov i markedet der er udvalgt gennem evidensbaseret analysearbejde. Dvs. fremtidige trends skal analyseres og vurderes i forhold til en fremtidig forretningsmodel. Hos Duka ønsker man at ændre kulturen fra at være iværksætterhus til innovationshus bl.a. gennem denne proces.

1) Markedsundersøgelse og analyser, samt vurdering af nuværende værditilbud.

Duka ønsker at undersøge de fremtidige muligheder på B2C markedet med fokus på for 60+ (født +1959). Der skal laves undersøgelser der går ind og afdækker evt. behov som denne målgruppe har eller forventes at få i de kommende år.

Duka er meget fokuseret på at danne et stærkt nok grundlag at træffe deres beslutninger ud fra, hvorfor der lægges op til en iterativ proces. Det er vigtigt at man undersøger markederne ud fra to faktorer, både lede efter hvilke problemer Duka kan afhjælpe med nuværende produkter, men også hvilke usete problemer eller fremtidige trends hos kunden som Duka skal tage hensyn til.

Casen vil for teamets tilfælde allerede kickstartes i løbet af design sprintet - den første uge af LEAD THE TALENT-forløbet, hvor alle ca. 35 deltagere arbejder i fem dage med innovationsværktøjer på en udvalgt case, i dette tilfælde netop Duka casen. Der vil i løbet af denne uge udføres mellem 15-20 interviews med en eller flere af ovennævnte segmenter. Teamet på Duka vil have til opgave at tage data, idéer og prototyper med i deres videre arbejde i forløbet.

2) Opsamling af undersøgelsesarbejdet og udformning af løsningsforslag

Efter designsprintet skal teamet skabe overblik, hvilken viden der er genereret i løbet af ugen samt hvilke idéer og koncepter fra sprintet, der er interessante at se nærmere på. Dette kan bl.a. betyde, at der skal samles mere data omkring et særligt område eller, at nogle koncepter skal videreudvikles og laves brugertests på. Teamets valg og beslutninger her bliver afgørende for resten af casearbejdet.



DUKA

CASEBESKRIVELSE

KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN

Uanset om man vælger at indsamle mere data efter sprintet eller ej, skal opsamlingen af undersøgelses- og analysearbejdet kunne konkludere følgende ting:

- Hvor mange mulighedsrum for udvikling er der, som Duka kan arbejde videre med?
 - Hvilke af disse har et stærkt nok grundlag til at gå videre med?
 - Hvilke skal forkastes grundet manglende grundlag?

Derefter skal der udarbejdes nogle prototyper eller forslag til, hvordan Duka skal angribe de nye forretningsmuligheder. Resultaterne af undersøgelserne skal ende ud i noget konkret som Duka kan gå videre med, så det er vigtigt at have for øje de følgende faktorer mht. udarbejdelsen af et løsningsforslag:

- Hvilke undersøgelsesresultater baserer vi vores forslag på?
- Hvilken proces har lagt til grunde for vores forslag?
- Hvilke kriterier har vi truffet vores beslutninger ud fra?
- Hvordan er vi kommet frem til netop denne forretningsmulighed?
- Hvorfor er vi endt ud med denne forretningsmulighed?
- Hvad er de konkrete steps/handlinger vi forslår Duka tager fremover?

Dette skal fremlægges for Duka, i en præsentation med nok info til at ovenstående spørgsmål er besvaret gennem præsentationen. Dette giver Duka de bedste rammer for at forsætte processen og træffe nogle endelige beslutninger.

FORMÅL OG ØNSKET UDBYTTÉ FOR VIRKSOMHEDEN

Efter 12 uger vil virksomheden gerne stå i hånden med:

- Dybdegående analyser af fremtidige markedstrends, markedsbehov for B2C samt en vurderingsanalyse af deres nuværende værditilbud.
- En solidt evidensbaseret grundlag for at træffe en beslutning om hvorvidt de skal gå videre med visse udviklingsmuligheder og koncepter.
- En handlingsplan med anbefalinger for hvordan Duka fremadrettet arbejder videre med talenternes løsningsforslag.

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

Design og innovation	X	Jura	
Antropolog, sociolog, etnograf	X	Kommunikation og PR	X
Supply chain, logistik og indkøb		Internationalt samarbejde	



LEAD THE
TALENT

DUKA

CASEBESKRIVELSE

KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN

HR og personale		Investering og finansiering	
Organisation og ledelse	X	Kultur og sprog	X
Økonomi og regnskab	X	International og offentlig politik	
Salg og marketing	X	It og teknologi, UX	X
Andre:			

TALENTPROFIL

Dukas talenter skal være:

Talenterne skal have lysten til at brænde igennem, da Duka er et sted, hvor man skal synes det er fedt at være og brænde for det, man sidder med. Talenterne skal være åbne og ærlige, spille med åbne kort og sige sin mening højt. Det er en forudsætning for at lykkes i dialogen med ledelsen og ikke mindst sine teamkammerater på casen.

Duka gør meget ud af at alle bliver behandlet ens, man får den samme komplette onboarding, f.eks. sidde i support og på rundtur i huset, så man skal gide at være en del af Duka teamet. Talenterne skal være selvstændige og ikke være bange for at stå på mål og tro på det de laver, samt tør forsvare det men også lytte til kritikken. Talentet skal kunne stå imod den påvirkning der kunne komme fra personalet og tro på deres egne ideer og spille bold med personalet og ikke kun indrette sig efter hvad andre tænker.

- Kreative
- Analytiske
- Løsningsorienteret
- Have techflair eller i hvert fald have lyst til at arbejde med tech og opbygge en dyb forståelse af trends og muligheder i tech

OPGAVER OG FORVENTNINGER

Konkrete opgaver:

- Kvalitativt og/eller kvantitativt undersøgelsesarbejde
- Analysearbejde, arbejde med databehandling fra kvalitative og kvantitative undersøgelser
- Trendanalyser
- Konceptudvikling, og udarbejde nye forretningsmuligheder

Følgende bliver afgørende for om talenter kan blive ansat under/efter projektet:



LEAD THE
TALENT

DUKA

CASEBESKRIVELSE

[KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN](#)

Duka kan ikke på forhånd love at ansætte nogen, men projektet er en vigtig strategisk indsats for Duka. Der vil være tilknyttet en fast leder som sparringspartner på teamet. Man vil derfor have stor opmærksomhed fra ledelsen og tæt sparring ift. de beslutninger og retninger, der skal tages. Mulighederne i Duka vil i høj grad afhænge af det potentiale, som caseteamet formår at udfolde i løbet af casen. Her er den ærlige dialog og evaluering mellem kontaktpersonen og teamet undervejs af processen derfor også en rigtig god idé.

HVORFOR SKAL TALENTERNE ANSØGE NETOP HER

Talenterne på denne case bliver en del af et ungt og fedt virksomhedsmiljø med passionerede medarbejdere og ledere. Duka har store ambitioner, og en endnu større nysgerrighed på deres fremtidige muligheder indenfor netop deres felt. Duka har været en virksomhed i vækst i mange år og er derfor ikke bleg for at efterfølge mulighederne, når de er der.

Så synes man det er spændende at arbejde med IT og forretningsudvikling, så er Duka et spændende sted at ansøge. Det er en agil virksomhed med et vigtigt projekt så talenterne ville også blive mødt med en stor iver om at komme i gang, men også en evne og villighed til at prioritere det der skal til for at komme i mål med projektet.



LEAD THE
TALENT

OVERSIGT iKontrol

Virksomhed	iKontrol
Hjemmeside	https://ikontrol.dk
Titel på casen	Stikprøve test af det udenlandske marked
Casens løbetid	september – december 2019
Kontaktperson	Torben Kovaltsenko

VIRKSOMHEDSPROFIL

iKontrol leverer en løsning til digital kvalitetssikring og fotodokumentation indenfor byggebranchen.

iKontrol er en virksomhed, der er vokset ud af Onlimited, som siden 2006 med stor succes har leveret apps, som gør hverdagen lettere for virksomheder og deres kunder - dette gennem smarte digitaliseringer af virksomheders processer og produkter.

iKontrol-systemet samler enhver byggeproces' kvalitetssikring samt opgavestyrning og afslutter registreringer i én arbejdsgang. Dette er en meget vigtig del af entreprenørernes daglige arbejde og en let løsning kan derfor spare for rigtig meget tid og "bureaukrati" iKontrols produkt er blevet vel modtaget, men der er konkurrenter med andre versioner af løsningen på samme udfordringer. Dette bevidner om, at markedet er opmærksomme på at denne form for digitalisering og strømlining af kvalitetssikring i et byggeriprojekts mange faser er en vigtig del af fremtidens byggebranche.

Systemet består af et administrationssystem og en app til både iOS og Android. Systemet er bygget op omkring en række standardmoduler, som tilkøbes på licensbasis efter behov. F.eks. kvalitetssikring, fotodokumentation, opgavestyring m.m.

iKontrols løsning kan medvirke til at sikre en høj kvalitet i byggeri og serviceydelser, da det er et nemt og brugbart redskab, der kan anvendes på alle niveauer i den enkelte organisation samt i samspillet mellem de forskellige organisationer i et byggeprojekt. Med en fleksibel opbygning af systemet er det muligt at konfigurere en løsning til den individuelle virksomhed og/eller det individuelle projekt.

CASEBESKRIVELSE

Undersøg det udenlandske potentiale for iKontrol, samt udarbejde en online leadgenereringsstrategi

Opgaven som iKontrol står overfor er todelt.

- 1) Der skal analyseres mulighederne for ekspansion til det udenlandske marked
- 2) Ekspansion til udlandet skal testes via forskellige tiltag

iKontrol kan se på markedstendenserne, at løsninger som deres bliver mere og mere anvendt i stadig flere byggeprocesser. Digital kvalitetssikring er i dag lovpligtigt på al offentligt byggeri, hvilket de store private bygherrer har taget til sig. Der mangler stort set kun kvalitetssikring i forbindelse med småopgaver og byggerier af private huse. Derfor ønsker iKontrol naturligvis at analysere mulighederne for at ekspandere til udlandet. Da deres løsning er i form af en app, og ikke nødvendigvis kræver en fysisk tilstedeværelse på lokalmarkedet eller op-skalering af produktion, vil iKontrol gerne undersøge mulighederne for at ekspandere til udlandet, navnlig gerne lande hvor man efterspørger digitale kvalitetssikringsløsninger til byggebranchen. Opgaverne er inddelt og uddybet nedenfor:

1) Analyse af internationaliseringsmuligheder

iKontrol ønsker at analysere en række udvalgte lande for deres potentiale ift. iKontrols produkt, her er der tale om lande som Norge, Sverige, Holland, England eller Tyskland. Dette gøres igennem analyser af en række makroforhold der skal være med til at afdække potentialet for det enkelte marked. Disse makroforhold er følgende:

- Lovgivning for byggebranchen, er det lovpligtigt med digital kvalitetssikring?
- Er markedet klar til digitalisering af andre processer ud over kvalitetssikring (mangelgennemgang, aftalesedler, alm. Kommunikation via chat mm.)
- Hvad er markedet for iKontrol, er byggebranchen i vækst?
- Er der et behov for iKontrols produkt, bruger man noget lignende allerede eller efterspørger man det?
- Er kulturen til at en udenlandsk virksomhed kan være leverandør af sådan et produkt, eller foretrækker man andre lokale udbydere?
- Kan man markedsføre sig online eller kræver det en fysisk tilstedeværelse?
- I hvor høj grad er BIM anvendt "i felten" i det pågældende land?

Disse faktorer skal være med til at afgøre om et marked har potentiale og kan arbejdes videre med i fase 2. Det er vigtigt at man får skabt nogle hurtige og klare overblik over de forskellige markeder i denne fase, da det bliver beslutningsgrundlaget for hvilke markeder der skal arbejdes med, men også hvilke der bliver valgt fra. Det er vigtigt at få listet kriterierne for



CASEBESKRIVELSE

udvælgelse vs. Ikke udvælgelse, så man kan tracke back i processen så snart man begynder at få feedback i fase 2.

2) Opsætning af online leadskampagner for 1-3 udenlandske markeder

Efter fase 1 ønsker iKontrol at prøvekøre en online marketing indsats i 1-3 af landene og se, hvilken respons og feedback, man får på indsatserne de forskellige steder.

Det betyder at der skal udarbejdes en analyse af hvilke kommunikationskanaler der er relevante for de enkelte lande. Derefter skal der bygges landing pages og herpå testes nogle konkrete online marketings- og salgsindsatser af, i de pågældende lande. Til sidst på forløbet samles der op på de erfaringer der er blevet gjort i processen, sådan at iKontrol har et fundament at bygge videre på ifb. med fremtidige salgsmæssige internationaliseringsindsatser.

Et vigtigt element i den forretningsmodel, som man ønsker for iKontrol i udlandet er, at salget til kunder kan klares online. Derfor skal følgende overvejelser inddrages i processen:

- Hvor stor en del af salgsprocessen kan klares online uden at iKontrol skal i personlig kontakt med kunderne?
 - Kan man gå fra førstegangsbekendtskab til lukket salg online uden menneskelig kontakt?
- Der skal arbejdes med en fast prismodel for mindre kunder og en mere forhandlingsbaseret pris med store kunder, hvordan virker dette bedst online?
- Kræver det en iKontrol konsulent kommer fysisk på besøg eller afholder online møder via f.eks. Skype, eller er det noget helt 3. der ville virke bedst for de udenlandske virksomheder?

Dette betyder at på baggrund af resultaterne fra fase 1 og overvejelserne listet ovenover, så skal der opsættes landing pages på lokalsprogene, og der skal igangsættes nogle onlinekampagner rettet mod de enkelte landing pages. Det er vigtigt at beholde et salgsfokus i fase 2, da det er den online salgsproces man ønsker at bliver klogere på i iKontrol.

Resultaterne af de 2 faser skal afslutningsvis sammenfattes i en slutrapport. I slutrapporten analyseres der på resultaterne og de forskellige lande, og der gives anbefalinger samt en handlingsplan for de næste skridt iKontrol skal tage.

FORMÅL OG ØNSKET UDBYTTÉ FOR VIRKSOMHEDEN

Efter 12 uger vil virksomheden gerne stå i hånden med:



iKontrol

KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN

CASEBESKRIVELSE

- Markedsanalyser af udvalgte lande baseret på makroforhold og andre branchespecifikke forhold
- En igangsat online marketingsindsats på de udvalgte lande, for at teste responsen, og evaluere feedbacken
- Slutrapport med anbefalinger og handlingsplan

Succeskriterie

iKontrol vil gerne gå efter at få et vis antal sign-ups/vil høre mere. Uanset hvad så burde der være et marked i de fleste europæiske lande og der skal derfor genereres 20-40 sign-ups til nyhedsbrev/vil høre mere i hver af testlandene.

Analysearbejdet

Det er vigtigt iKontrol har så mange informationer som muligt. Derfor må der gerne udarbejdes en rapport, som går i detaljerne. Analysearbejdet skal fylde 4 uger, hvis der kigges på 3 forskellige markeder.

Slutrapporten må gerne være et executive summary, som fortæller, hvad der var succes og hvor der eventuelt kan fokuseres på forbedringer. Dette afsluttende executive summary skal gerne henvise til det indledende analysearbejde som grundlag for resultaterne.

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

Design og innovation	X	Jura	
Antropolog, sociolog, etnograf	X	Kommunikation og PR	X
Supply chain, logistik og indkøb		Internationalt samarbejde	X
HR og personale		Investering og finansiering	
Organisation og ledelse		Kultur og sprog	X
Økonomi og regnskab		International og offentlig politik	X
Salg og marketing	X	It og teknologi, UX	X
Andre:			

TALENTPROFIL



LEAD THE
TALENT

iKontrol

KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN

CASEBESKRIVELSE

iKontrols talenter skal være:

- Ansvarsbevidste
- Initiativtagende
- Analytiske

Derudover er det en fordel at man har en nysgerrighed marketing og internationalisering og er hurtig til at sætte sig iKontrol, og synes det er spændende at arbejde med undersøgelser og onboarding.

iKontrol søger talenter, der kan give dem sparring og nye øjne på deres forretning, og at man ikke holder sig tilbage med ideerne til processen.

OPGAVER OG FORVENTNINGER

Konkrete opgaver:

- Kvalitativt og/eller kvantitativt undersøgelsesarbejde
- Marketingsarbejde i for online indsatser og udvikling af en strategi
- Markedsanalyser på udenlandske markeder, indeholdende elementer af PEST-analyse, Brancheanalyser og konkurrent analyser

Følgende bliver afgørende for om talenter kan blive ansat under/efter projektet:

Projektet efterlader muligheder og rum for talenterne til at gøre et godt indtryk og påvirke iKontrols virksomhed og dermed skabe deres egne stillinger eller behovet for deres kompetencer i eksisterende stillinger. Så det er vigtigt, at talentet har et drive for at bevise dette overfor iKontrol, og gør de det, vil iKontrol ikke være afvisende for at ansætte.

HVORFOR SKAL TALENTERNE ANSØGE NETOP HER

Talenterne på denne case bliver en del af en et lækkert virksomhedsmiljø med både iKontrol og Onlimited. iKontrol har store ambitioner, og en endnu større nysgerrighed på deres fremtidige muligheder indenfor netop deres felt. Synes man det er spændende at arbejde med internationalisering og marketing, samt forretningsudvikling så er iKontrol et spændende sted at ansøge. Det er en agil virksomhed med et vigtigt projekt så talenterne ville også blive mødt med en stor iver om at komme i gang, men også en evne og villighed til at prioritere det der skal til for at komme i mål med projektet.



LEAD THE
TALENT

Companyons

KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN

CASEBESKRIVELSE

OVERSIGT Companyons

Virksomhed	Companyons
Hjemmeside	https://companyons.dk/
Titel på casen	Markedsudvidelse indenfor kontorhoteller/work spaces og produktudvikling indenfor office management
Casens løbetid	September – december 2019
Kontaktperson	Ulf Gaarsted

VIRKSOMHEDSPROFIL

Companyons driver kontorfællesskaber i Århus, hvor de leverer fleksible kontorlokaler til mindre virksomheder og iværksættere.

Deres produkt er nøglefærdige kontorfaciliteter, hvor alt er inklusiv, og Companyons varetager al drift og det praktiske, således beboerne i kontorhotellerne kan fokusere på deres forretning og får naboer i et stærkt fagligt og socialt miljø.

Companyons blev oprindeligt grundlagt som Holdgaard//Gaardsted i 2004 og har gennem årene, med stor succes, åbnet tre forskellige fleksible kontorhoteller i Århus C og står nu over for en åbning af et nyt luksuskontorhotel om 1 år.

CASEBESKRIVELSE

Undersøg potentialet i B2B partnerskaber med klassiske ejendomsbesiddere, samt afdække interessen for en et eksternt Office management produkt og udarbejde en leadgenereringsstrategi.

I Århus udbydes der mange store kontorlejemål, der overstiger behovet hos mindre virksomheder, der har brug for mindre plads og fleksible lejevilkår. Companyons' forretning bygger på idéen om at imødekomme de mindre virksomheders behov og tilbyde lækre kontorhoteller, indrettet med gode fællesfaciliteter, så de egner sig til at blive delt mellem flere virksomheder. Nu ønsker Companyons et nyt forretningsben at stå på og udvide deres produktpalette.

Opgaven som Companyons står overfor er derfor todelt:

Companyons

KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN

CASEBESKRIVELSE

- 1. Undersøg potentialet i at indgå samarbejde med klassiske ejendomsbesiddere**
 - Med fokus på at få lavet grundig research og en beskrivelse af, hvordan mulige scenarier for samarbejde kunne se ud med en ukendt udlejer.
 - Gerne indlede dialog med minimum én privat udlejer af store lejemål
- 2. Afdæk interessen for et eksternt Office management produkt til selvstændige selskaber/virksomheder**

Companyons ønsker en produktudvidelse af deres koncept med et ønske om at levere samme service som i dag, men skalere det som produkt til selvstændige selskaber og virksomheder i deres egne lokaler, som gerne vil have et kontormiljø, hvor der er tænkt på alt, men foretrækker at fokusere på forretningen og ikke vil bruge tid på det praktiske og administrative. Samtidigt med at der skal findes lejere til den nye bygning i 2020, skal der laves noget leadgenereringsarbejde.

- Opgaven går ud på at få afdækket interessen for et eksternt Office management produkt og få lavet en konceptbeskrivelse af, hvordan en skalering af deres produkt kunne se ud.
- Udarbejde en leadgenereringsstrategi, gerne med en konkret leadliste med 10-20 virksomheder til en mulig pipeline.

Denne opgave vil være et afgørende område for Companyons' forretning ift. En mulig produktudvidelse, når de åbner et nyt luksuskontorhotel om 1 år og skal indgå samarbejde med nye virksomheder.

FORMÅL OG ØNSKET UDBYTTÉ FOR VIRKSOMHEDEN

Efter 12 uger vil Companyons gerne stå i hånden med:

- Drømmescenariet vil være at have indledt og afdækket interesse med én privat udlejer af store lejemål. At der ligger en konceptbeskrivelse, en produktart for, hvordan sådan et samarbejde vil se ud med en igangværende dialog.
- At få afdækket om et eksternt Office management produkt har interesse hos virksomhederne
- En konkret leadliste med virksomheder (15-20) til en mulig pipeline, når det nye luksuskontorhotel åbner om 1 år.



LEAD THE
TALENT

Companyons

KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN

CASEBESKRIVELSE

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

Design og innovation		Jura	
Antropolog, sociolog, etnograf	X	Kommunikation og PR	X
Supply chain, logistik og indkøb		Internationalt samarbejde	
HR og personale		Investering og finansiering	X
Organisation og ledelse	X	Kultur og sprog	
Økonomi og regnskab	X	International og offentlig politik	
Salg og marketing	X	It og teknologi, UX	
Andre:			

TALENTPROFIL

Companyons talenter skal være:

- Dygtige til at arbejde selvstændigt
- Gå strukturerede til opgaverne.
- Er handlekraftige

Det er vigtigt, at talenterne tager ejerskab omkring deres projekt/opgaver og kan skabe motivation gennem processen.

Der vil være en tæt kontakt og sparring med Ulf, så det er afgørende at man er god til at gribe hans idéer og løbe dem i mål.

Man skal ikke være bange for at udfordre Companyons og tage selvstændige beslutninger. Companyons søger gerne en profil med ben i næsen, der ikke er bange for at udfordre "plejer".

OPGAVER OG FORVENTNINGER

Konkrete opgaver:

- Forretningsudvikling, så de skal have passion og gerne erfaring med forretningsudvikling og have en god forretningsforståelse med interesse for entreprenørskab.



LEAD THE
TALENT

Companyons

KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN

CASEBESKRIVELSE

- Desk research af virksomheder
- Flair for økonomi og investering
 - o Der ligger ikke nogen konkrete opgaver, men sandsynligheden for at dette område skal berøres er meget stor
- Dialog med kunder og salg af koncept og budskaber, så det er vigtigt med en god kommunikationsprofil
- En præsentation af resultater og udarbejdelse af en produkt/konceptbeskrivelse

Følgende bliver afgørende for om talenter kan blive ansat under/efter projektet:

Companyons kan ikke ansætte, men i og med de huser en masse spændende virksomheder, er der rig mulighed for at udbygge sit netværk og sparre med Companyons omkring muligheder igennem deres netværk af virksomheder.

HVORFOR SKAL TALENTERNE ANSØGE NETOP HER

Talenterne får hos Companyons et stort indblik i entreprenørskab med mulighed for at udvide deres eget netværk og få en stor berøringsflade i dialogen med mange forskellige typer af virksomheder.



LEAD THE
TALENT

CASEBESKRIVELSE

OVERSIGT Etikos

Virksomhed	ETIKOS
Hjemmeside	https://etikos.dk/
Titel på casen	Undersøg og eksekver på forretningsmuligheder for digitale etiske organisationsundersøgelser
Casens løbetid	September – december 2019
Kontaktperson	Christina Busk

VIRKSOMHEDSPROFIL

Etikos har siden 2006 hjulpet organisationer over hele landet med at sætte etik på dagsordenen. Deres brede og dybdegående faglighed tager hånd om udvikling, hvad enten der er tale om organisationsprofil, arbejdsmiljø og samarbejde, strategiimplementering, personlig lederudvikling eller velfærdsudvikling.

De hjælper organisationer af alle størrelser, og sætter fokus på de dilemmaer, som medarbejdere dagligt møder. Etikos giver etikken et sprog, som kan hjælpe virksomheder og dets ansatte med at forstå de holdninger og værdier der styrer og bærer virksomheden og dets ansattes handlinger, og derigennem synliggøre effekten af disse.

Etikos er en dynamisk virksomhed under konstant udvikling, og de ved, at intet svar er endegyldigt. Hos Etikos er det mødet mellem mennesker, som er i centrum, og de møder derfor dilemmaerne i øjenhøjde og lægger stor vægt på personlig kontakt, dialog og tilpasning, da de ved, at ingen løsning er givet på forhånd.

CASEBESKRIVELSE

Undersøg og eksekver forretningsmuligheder for Etikos' digitale etik- og organisationsanalyser

Et af Etikos' ydelser er etiske kulturundersøgelser. Undersøgelser der afdækker de holdninger og værdier som kulturen i en organisation er båret af. Etikos anvender en dilemmabaseret tilgang og kvalitative undersøgelsesmetoder som skal danne grundlag for en grundig afrapportering omkring organisationens kultur, de barrierer der ligger i den, hvor de ligger og hvordan man kommer overens med dem.

CASEBESKRIVELSE

Etiske kulturundersøgelser er indsigtssrige værktøjer, da det specifikt kan hjælpe organisationen med at forstå de problemer, konfrontationer eller modstand, der opstår i organisationen. Når der ikke er overensstemmelse mellem de værdier og holdninger som den strategiske retning udpeger og de faktiske holdninger og værdier der udledes i praksis vil organisationen have svært ved at flytte sig og de der er en del af organisationen nvære meget mere tilbøjelige til at finde problematikker i deres arbejde. Herudover hindrer det i høj grad samarbejde på tværs af organisationen og mange barriere for ledelsen i f.eks. at kommunikere og eksekvere på strategier og planer for virksomheden.

I dag har Etikos kun mulighed for at lave undersøgelser af etik og holdninger på analogt. Med den digitale løsning, som Etikos er i gang med at udvikle, vil der være mulighed for at kunne se tendenser på tværs af organisationen, og se de forskellige etiske dilemmaer og holdninger, som er på flere niveauer og afdelinger i organisationen. Det vil give et dybere indblik i de forskelligheder, der er i organisationen.

Udfordringen for casen er tredelt. Den digitale omstilling åbner nemlig op for flere nye udviklingspunkter.

Digital omstilling

Hos Etikos har man altid har arbejdet analogt med deres undersøgelser, hvilket betyder at i større opgaver bliver det meget kosteligt og tidskrævende for virksomheden at få udført en undersøgelse, da konsulenterne skal rundt og snakke med alle de ansatte i virksomheden.

Derfor ønsker man at digitalisere væsentlige dele af undersøgelsen, dette er man i gang med at arbejde på i form af et spørgeskema, men det er ikke færdigudviklet. Man har samarbejde med en anden virksomhed omkring disse spørgeskemaer og den samlede digitale løsning, som organisationer kan købe.

Lige nu har Etikos én kunde, som de tester den digitale løsning sammen med.

Fokus på privatsektoren

Man har indtil nu arbejdet meget med de offentlige politisk styrede institutioner som har med borgere/mennesker at gøre, da det er i det institutioner de etiske dilemmaer er mest gennemtrængende. Erfaringen med privatsektoren er begrænset. Her eksisterer naturligvis også etiske dilemmaer, men disse manifesterer sig i et andet omfang og kræver derfor også ofte anden tilgang ift. f.eks. at arbejde med etiske organisationsundersøgelser.



CASEBESKRIVELSE

Dette fokus på privatsektoren kommer i forlængelse af den digitale omstilling, man ønsker at implementere i Etikos. For lykkes det at udvikle et succesfuldt og effektivt digitalt produkt, udvides Etikos' muligheder for at vækste i markedet også betragteligt.

Undersøgelse af forretningsmodeller

Forretningsmodellen for Etikos som den ser ud nu, er ikke gearret til at varetage etableret salg til den private sektor. I og med at værditilbuddet ændres og udvides med den nye digitale løsning, så er det nødvendigt gentænke og udvikle Etikos' forretningsmodel. Der er mange muligheder og overvejelser for at skabe indtjeningsevnen: f.eks. abonnementsløsning, individbetaling, engangsbetalinger eller en del af en eksisterende konsulentydelse osv.

Herunder ligger der et meget vigtigt aspekt i pris og salgsmodellen for den nye digitale løsning, som skal udvikles og udarbejdes.

Der skal undersøges, hvilke områder der skal udvikles på og hvilke støtte aktiviteter, der er nødvendige for at Etikos kan skabe sig en meningsfuld forretningsmodel omkring det nye værditilbud.

Udfordringerne i forbindelse med casen

- 1) Etikos skal have hjælp til at komme i mål med udviklingen af den digitale undersøgelse
- 2) Etikos skal udfordres på deres tilgang til privatsektoren
- 3) Markedet skal klarlægges samt kanalerne hvorigennem Etikos bedst når ud til deres potentielle kunder
- 4) Etikos står også over for en ny proces til markedet, hvor man skal gå fra kun at sælge konsulenttydelser til også at sælge en digital løsning – teamet skal undersøge forskellige forretningsmodeller for dette.

FORMÅL OG ØNSKET UDBYTTÉ FOR VIRKSOMHEDEN

Efter de 12 uger vil vi rigtigt gerne stå med:

Flere bud på nye forretningsmodeller til den digitale løsning, herunder



CASEBESKRIVELSE

- Udvikle værditilbuddet som Etikos digitale løsning har til disse virksomheder

En testet markedsførings- og salgsstrategi for den digitale løsning for både den offentlige sektor for således den private sektor

- Lav en undersøgelse af markedet – relevante virksomheder samt overblik over relevante afdelinger/personer i disse virksomheder
- Lave pitches og beslutte den bedste indgangsvinkel til at starte en dialog med disse virksomheder
- Afholde første 2-3 møder med disse virksomheder sammen med lederne fra Etikos
- Opsamle feedback fra denne "forsalgs" fase – feedback på produktet og feedback på forretningsmodellen
- Evt. afprøvet salg til 1-2 potentielle private kunder

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

Design og innovation	x	Jura	
Antropolog, sociolog, etnograf	x	Kommunikation og PR	x
Supply chain, logistik og indkøb		Internationalt samarbejde	
HR og personale	x	Investering og finansiering	
Organisation og ledelse	x	Kultur og sprog	x
Økonomi og regnskab	x	International og offentlig politik	
Salg og marketing	x	It og teknologi, UX	
Andre:			



CASEBESKRIVELSE

TALENTPROFIL

Det er vigtigt at man har mod på at udfordre en organisation der står og skal ændre sig selv lidt imod deres natur. Det kræver at man kan og villig til at arbejde med modsætninger, og kan håndtere forskellighederne i mindsets.

Man skal være dedikeret til opgaven omkring udviklingen i Etikos, det vigtigste for Etikos er at de rykker sig, så det skal man have mod på at være med til at være drivkraften på.

Der skal laves markedsundersøgelser og segmentering af potentielle kunder i privatsektoren, samt derefter etablere en dialog med nogle potentielle kunder omkring Etikos' og det digitale produkt. Hvilke typer virksomheder og beslutningstagere skal man gå målrettet efter? Evaluere på disse processer og få feedback på kontakten og produktet, så man står klar til at begynde at sælge i slutningen af forløbet.

Der også bruge for typen, der kan konkret kan sidde med undersøgelserne lavet i SurveyXact/Excel til at gå op i en højere enhed.

Til sidst er det vigtigt at man kan:

- Tage ejerskab omkring projektet og være inputsgiver i processen
- Det er afgørende at man har et højt drive og er nysgerrig
- Det er afgørende, at man kan finde ud af at arbejde sammen i et team og motivere hinanden

OPGAVER OG FORVENTNINGER

Konkrete opgaver:

- Man skal arbejde med den digitale undersøgelse i SurveyXact og Excel, hvor der skal udarbejdes en funktion der opsamler alle besvarelserne
- Der skal arbejdes med nogle konkrete salgsstrategier, gerne meget hands on
- Genere leads til privatsektoren, helst gerne ende ud 1-2 salg inden forløbet slutter

Følgende bliver afgørende for om talenter kan blive ansat under/efter projektet:

Etikos

[KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN](#)

CASEBESKRIVELSE

- Der er mulighed for at skabe sin egen stilling hvis man enten viser kompetencer og drivkraft for enten videreudviklingen og håndteringen af den digitale undersøgelse og/eller salget af den. Man vil således være ansvarlig for hele det private marked for Etikos.

HVORFOR SKAL TALENTERNE ANSØGE NETOP HER

Du bliver en del af en spændende virksomhed, som tager fat om nogle af de mest komplekse udfordringer, som moderne organisationer står over for i dag. Både i det offentlige og private.

Du brænder for den dybdegående menneskelige forståelse, som Etikos bygger på, og for at kommunikere viden om organisationer.

Det er en rigtig god mulighed for at skabe sin egen stilling og være med til at præge Etikos' udvikling og fremtidige identitet.

Brænder man for at have indflydelse og for sat sit fodafttryk på en virksomheds forretningsmodel, så er det her man skal ansøge.



LEAD THE
TALENT

DIFKO

CASEBESKRIVELSE

KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN

OVERSIGT Difko

Virksomhed	Difko
Hjemmeside	www.difko.dk
Titel på casen	Investering under 750.000 kr.
Casens løbetid	12 uger
Kontaktperson	Niels Jørgen Pedersen; Martina Therese Kiehas

VIRKSOMHEDSPROFIL

Difko er et investeringsselskab der har eksisteret siden 1976 og har kontor i Herning. Difko har et mål om at give hele Danmark adgang til attraktive investeringsmuligheder. Difko har i dag tre forretningsområder: investering, administration af aktiver og formidling af erhvervsejendomme, som Difko Erhverv står for. Difko vil være investeringsmarkedets thought leaders, en uundværlig del af alle ambitiøse porteføljer, og en virksomhed der sætter skub i væksten i Danmark.

Trods Difkos lange erfaring i markedet, agerer de som iværksættere, som er her for at gøre mere for deres kunder og deres formue. Difko udbyder projekter indenfor ejendomme, vind, skov og sol. Udover det, så administrerer Difko ejendomme og har Difko Erhverv, som formidler erhvervsejendomme.

Difko har førhen været et investeringsselskab for kunder der havde over 750.000 kr. at investere for. Difko ønsker qua deres vision at gøre deres investeringsmuligheder tilgængelige for alle, derfor arbejder de i øjeblikket på at få udbudt investeringsprojekter på helt ned til 10.000 kr.



LEAD THE
TALENT

CASEBESKRIVELSE

Med deres nye investeringsprojekter med mindsteindskud under 750.000 har Difko en ny målgruppe. Der er et stort potentiale, men også udfordringer med håndteringen af mindre beløb. Det nye tiltag er samtidig en helt ny forretningsmodel for Difko, hvilket kræver en hel del implementeringsarbejde. Der skal implementeres nye procedure for håndteringen af de mindre investeringsindskud samt nye arbejdsgange til at imødekomme den nye målgruppe og sørge for at de oplever den bedste service og modtager den bedste rådgivning omkring deres investeringsmuligheder hos Difko. Implementeringen af denne nye forretningsmodel betyder at følgende udfordringer skal tackles og overkommes:

3) Oprettelse af compliance for den nye forretningsmodel

Compliance betyder at Difko i forbindelse med valg af investeringsprojekter og udbud deraf opfylder nogle officielle krav og anbefalinger. De regler, der er omfattet af compliance, som gælder for finansielle oplysninger, er langt mere omfattende end dem, der gælder for almindelige forbrugsvarer. I finansverdenen er reglerne vedtaget for at sikre, at kunden får oplysninger nok til at kunne vælge den investering, der passer bedst til sin profil. Ikke alle investeringer passer lige godt til alle investorer. Derudover skal reglerne sikre, at Difko kan indhente oplysninger nok til at kunne tilbyde den bedste rådgivning. Samtidig skal reglerne forhindre at investoren ikke er i tvivl om at de har deres på det rene med deres investering, dvs. at de ikke smider penge i en organisation der begår hvidvaskning af penge eller andre ulovligheder. Derfor er en høj standard for compliance vigtig at få indført i forbindelse med denne nye forretningsmodel.

4) Procesoptimering

Den nye forretningsmodel kræver at der skal ændres i nogle arbejdsgange og implementeres nogle nye. Ydermere vil Difko gerne have fokus på hvad der kan automatiseres og gøres nemmere internt. Det kræver både en kortlægning af de nuværende arbejdsgange, en behovsafdækning af nye arbejdsgange samt en afdækning af hvilke interne processer og procedure i arbejdsgangene der kan automatiseres.

5) Rating system af investeringsprojekter

Difko ønsker at udvikle et transparent rating system for deres investeringsprojekter i den nye forretningsmodel, sådan at kunder kan gennemskue hvordan Difko har værdiansat et investeringsprojekt. Dette kræver en udvikling af en række specifikke krav, en karakterskala og vurderingsregler for karaktergivningen indenfor hvor godt investeringsprojektet lever op til disse krav. Difko ønsker at ramme de unge investorer og første gangs investorer for at være med dem i hele deres liv som investorer, derfor er



DIFKO

CASEBESKRIVELSE

KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN

det vigtig for Difko at det er et system der brugervenligt og gennemskueligt, så kunden selv kan vurdere om det er et godt projekt der passer til dem.

6) Implementering

Ovenstående punkter kræver en masse implementeringsarbejde internt i virksomheden, derfor skal der udvikles og afholdes workshops og kurser på de ændringer der kommer til at påvirke Difko med lanceringen af den nye forretningsmodel. Dette kræver at der bliver lavet skræddersyet workshops på de konkrete ændringer de specifikke medarbejdere skal tage til sig fremover.

FORMÅL OG ØNSKET UDBYTTÉ FOR VIRKSOMHEDEN

Efter 12 uger vil virksomheden gerne stå i hånden med:

- En veldefineret og færdigudviklet compliance
- En færdigarbejdet procesoptimeringsplan inkl. påbegyndt implementering
- Et færdigudviklet og testet rating system til investeringsprojekter
- Afholdte implementeringsworkshops og evt. bearbejdet feedback på disse

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

Design og innovation	X	Jura	
Antropolog, sociolog, etnograf	X	Kommunikation og PR	X
Supply chain, logistik og indkøb		Internationalt samarbejde	
HR og personale		Investering og finansiering	X
Organisation og ledelse	X	Kultur og sprog	
Økonomi og regnskab	X	International og offentlig politik	
Salg og marketing	X	It og teknologi, UX	
Andre:			



LEAD THE
TALENT

DIFKO

CASEBESKRIVELSE

[KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN](#)

TALENTPROFIL

Difkos talenter skal være:

- Ansvarsbevidste
- Initiativtagende
- Analytiske

Derudover er det vigtigt at man har en nysgerrighed for investeringsbranchen og er hurtig til at sætte sig ind i den, og synes det er spændende at arbejde med implementering og optimering. Difko søger talenter der kan give dem sparring og nye øjne på deres forretning, og at man ikke holder sig tilbage med ideerne til processen. Difko er ude efter at ramme den yngre målgruppe, så som repræsentant for den målgruppe de ønsker at ramme, er det vigtig at man er klar til at byde ind med sine indsigter og tanker så man sammen med Difko kan skabe rammerne for en god implementering af den nye forretningsmodel.

OPGAVER OG FORVENTNINGER

Konkrete opgaver:

- Excel og database arbejde med hensyn til udviklingen af rating systemet

Følgende bliver afgørende for om talenter kan blive ansat under/efter projektet:

Projektet efterlader muligheder og rum for talenterne til at gøre et godt indtryk og påvirke arbejdsgangene ifm. den nye forretningsmodel. Difko har ingen ledige stillinger som det ser ud lige nu, men er villige til at tilbyde sparring til talenterne ift. deres jobsøgning.

HVORFOR SKAL TALENTERNE ANSØGE NETOP HER

Man bliver en del af en erfaren investeringsvirksomhed med nytænkende visioner og planer for fremtiden, som er i en udviklingsfase og leder efter "de nye øjne" på deres virksomhed og den udvikling de står overfor. Hvis man er interesseret i investeringsbranchen og vil være med til at skabe rammerne for fremtidens investeringer så er Difko det helt rigtige sted at søge. Er man nødvendigvis ikke tændt af investeringsbranchen, men synes at procesoptimering, organisationsforandringer og/eller implementeringsarbejde er spændende så er Difko stadig det rigtige sted at ansøge.



LEAD THE
TALENT

DIFKO

CASEBESKRIVELSE

[KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN](#)

Man vil få stor mulighed for at påtage en stor mængde ansvar og arbejde koncentreret og detaljeret med sine løsninger og slutprodukter, samt en masse videns udveksling og sparring med en erfaring arbejdsstyrke hos Difko.



LEAD THE
TALENT

Systuen Pana

CASEBESKRIVELSE

KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN

OVERSIGT Systuen Pana

Virksomhed	Systuen Pana
Hjemmeside	http://systuenpana.dk/
Titel på casen	Innovation på systuemarkedet
Casens løbetid	september – december 2019
Kontaktperson	Pia Lund Olesen, direktør

VIRKSOMHEDSPROFIL

Systuen Pana, har været serviceorgan for detailhandlen, på syning af gardiner og andre boligtekstiler, siden 1984. Systuen blev overtaget af Pia Lund Olesen i 2017, som har erfaring fra livsstilsbranchen og egen virksomhed. Virksomheden er lokaliseret i Ry.

Kunderne er udelukkende business to business, og spænder fra små selvstændige detailhandlere til store kunder som butikskæderne Garant og Botex.

Der er pt. ansat 12 mennesker, med høj faglighed og lang anciennitet. Alle har del i produktionen. Det strategiske arbejder foregår aften og weekend.

Systuerne i Danmark har haft en kedelig udvikling, hvor rigtig mange af opgaverne over årene er flyttet til systuer i Polen. Årsagen er primært de lave produktionsløbninger. Kun et fåtal har overlevet, Deriblandt Systuen Pana.

Hos Pana er effektivitet et must og serviceniveau højt. Vi lever af at været tæt på, være fleksible, og naturligvis ved at tilbyde den bedste kvalitet til konkurrencedygtige priser.

Med øget bevidsthed om det "danske", "miljøet" og det faktum at priserne på arbejdskraft også stiger i Østeuropa, ser vi mange muligheder for at fortsætte at vækste i fremtiden. Kundesegmentet ændrer sig meget disse år, og Pana ønsker at være klar på de nye kundebehov der måtte være for fremtiden.

Systuen Pana er med andre ord en veldrevet forretning, hvorfor der også er et overskud til at efterfølge vækstmuligheder i markedet.

CASEBESKRIVELSE

Systuen Pana

CASEBESKRIVELSE

[KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN](#)

Hvem er fremtidens kunder og hvad vil de ha' ?

Gardinbranchen (som står for 90 % af det vi syer) er kendetegnet ved en meget høj gennemsnitsalder, og der har ikke været brugt ressourcer på at uddanne nye gardinfolk, så de nye personaler der kommer i branchen, er autodidakte og uvidende og lidt mere diffus i deres leverandørvalg. Det er nemt at skifte og shoppe systue, da det stort set ingen konsekvenser har.

Dette er en udfordring, fordi det betyder, at vore kunder kan være et andet sted fra den ene dag til den anden. Der er tale om en branche, hvor systuerne ikke har differentierede brands. "Bløde" parametre såsom service, brandimage, kultur, (frem for hårde parametre som pris og leveringstid) er ikke slået igennem på markedet (endnu).

Casen som du skal løse er således opbygget som en innovationsproces med følgende faser:
NB: I den første uge af forløbet, vil du få et kursus som innovation agent, hvor du og dit team blive trænet i innovationsmetoden Design Thinking og de konkrete værktøjer, som du kan bruge i alle faserne nedenfor.

1. Research: Trends og dybdegående kvalitative indsigter

Der skal foretages desk research, som giver et detaljeret indblik i systue-industrien i Danmark, kunderne og ikke mindst hvilke parametre de vælger systue på. Dette skal være med til at give den videre research en konkekst og retning og vil også være en afgørende inspiration til konceptudviklingen senere i processen.

Herudover skal der også foretages kvalitative interviews og/eller udvikles et spørgeskema, med en lang række eksisterende og potentielle kunder. I denne fase er den altafgørende, at I får afdækket ønsker, dybereliggende behov og motivationer, når en kunde vælger systue. Det handler om alt det, som kunden allerede selv er bevidste på (f.eks. gode oplevelser, dårlige oplevelser, konkrete ønsker og forslag). Men det er i endnu højere grad det, som de ikke selv endnu er bevidste om eller kan artikulere, fordi det kræver en dygtig kvalitativ researcher at finde frem til denne type "dybe" indsigter – Det er i disse indsigter, at kimen til de innovative og deskriptive idéer ligger skjult.

2. Opsamling – og evt. yderligere data og research

Du og teamet vil stå for en opsamling af alt data og research gennem en række gennemgående temaer, som du og teamet har identificeret og efterfølgende beskriver. Disse temaer vil være udgangspunktet for den efterfølgende konceptudvikling.

3. Konceptudvikling

Der skal udvikles en lang række idéer og koncepter, som tager udgangspunkt i indsigterne og temaerne omkring kundernes behov, ønsker og motivationer. Dette vil alle være koncepter, som udfordrer værdien som en systue som Pana kan tilbyde markedet, og som i sidste ende,

Systuen Pana

CASEBESKRIVELSE

KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN

skabe en ny slags vækst for virksomheden. Teamet vil prioritere de mange konceptidéer og udvælge de mest lovende – f.eks. lavthængende frugter eller radikale idéer, som kræver en test blandt kunderne.

4. Prototypetest

Et princip ved Design Thinking metoden er "fail fast", hvor man relativt hurtigt tester en ikke-helt-færdig version af en potentiel idé eller koncept i markedet, før man detaljeret udvikler videre på dette. Dette vil teamet bl.a. få ansvar for ift. de mest lovende koncepter, som teamet har fundet på sammen. Dette indebærer både at skabe prototypen/test-versionen af det pågældende koncept og teste den på kunder eller andre interessenter, som kan give et fingerpeg, om dette er noget, hvor systuen skaber en ny og relevant værdi i markedet.

FORMÅL OG ØNSKET UDBYTTÉ FOR VIRKSOMHEDEN

Efter 12 uger vil virksomheden gerne stå i hånden med:

- Dybdegående viden om markedet, segmenter og tendenser inden for sy-industrien
- Dybe indsigter i kunders behov, ønsker og motivationer
- En lang række idéer og koncepter, som udfordrer tilgangen til markedet for sy-opgaver
- Konkrete feedback loops fra potentielle kunder gennem prototypetest af koncepterne
- En plan for at implementere de bedste koncepter, som kan skabe vækst for systuen Pana

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

Design og innovation	X	Jura	
Antropolog, sociolog, etnograf	X	Kommunikation og PR	X
Supply chain, logistik og indkøb	X	Internationalt samarbejde	
HR og personale	X	Investering og finansiering	
Organisation og ledelse	X	Kultur og sprog	X
Økonomi og regnskab	X	International og offentlig politik	
Salg og marketing	X	It og teknologi, UX	X
Andre: Forretningsudvikling			



Systemen Pana

CASEBESKRIVELSE

KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN

TALENTPROFIL

Din uddannelsesmæssige profil er underordnet – det vigtigste er, at du synes udfordringen er spændende og kan se dig selv udføre disse opgaver.

Du brænder for at eksperimentere og et arbejde, hvor det er din evne til at udtænke innovative idéer frem for et arbejde, hvor arbejdsopgaverne er defineret for dig på forhånd. Det vigtigste er således, at du godt kan lide den entreprenante arbejdsform og høj grad af nytænkning i dit arbejde.

I denne case vil du være i meget tæt dialog med ejeren af systemen, som har erfaring i branchen og er en dygtig sælger. Sammen udvikler i strategien og diskuterer også, hvilke ressourcer du og teamet skal bruge for at hjælpe virksomheden op på et nyt niveau.

Du skræmmes ikke af, at du og dit team bliver de første akademikere i virksomheden. Heller ikke af, at du formodentlig ikke får et skrivebord stillet til rådighed, men din arbejdsplads i virksomheden bliver nærmest op og ned af systemens venlige medarbejdere i produktionen.

Du brænder for at tage hånd om udviklingsprocessen helt fra start til slut. Du har derfor mod på at være personen der lægger planen for jeres case og virksomheden fra helikopteren – men du har også hele tiden har hænderne i mulden i form af kontakt til interviewpersoner, forfølge interessante indsigter i din desk research, struktur din og dit teams proces f.eks. excel-ark eller PP-præsentationer, hvor du/I pitcher jeres idéer til potentielle kunder.

OPGAVER OG FORVENTNINGER

Konkrete opgaver:

- Se under "Casebeskrivelse" ovenfor

Følgende bliver afgørende for om talenter kan blive ansat under/efter projektet:

Der er villighed til ansættelse af nye kollegaer til virksomheden, som kan skabe deres eget job, og bidrage med ny viden, energi og evne til at understøtte ejerens strategiske mål for væksten i systemen. Hvis teamet således lykkes med at omsætte innovationsprocessen til initiativer, der er værd at arbejde videre med, fordi de kan udvikle forretningen, er det oplagt, at man kan fortsætte i virksomheden efter forløbet. Altså – Resulterer projektet i øget vækst/bundlinje, er der plads.

Andet:

Systuen Pana

CASEBESKRIVELSE

[KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN](#)

- **BEMÆRK:** Systuen har lokation i Ry, og det vil derfor kræve, at du og teamet er i stand til at kunne arbejde herfra fire dage om ugen. Du kan søge om godtgørelse på 1 kr. pr. kilometer, for hver kilometer over de første 25 km fra din bopæl.

HVORFOR SKAL TALENTERNE ANSØGE NETOP HER

Systuen Pana er en charmerende Systue beliggende i Ry og har hidtil ikke haft medarbejder, der arbejder akademisk og strategisk med virksomhedens potentiale.

Du skal ansøge her, fordi du brænder for at afprøve din nye uddannelse i en "gammel" dansk produktionsvirksomhed, hvor der ikke er langt fra tanke til handling, og hvor dit arbejde hurtigt kan aflæses i firmaets vækst/resultatet. Du får med andre ord afprøvet, om det du har lært virker, for hos Pana ved vi kun 5 dage frem i tiden hvem vores kunder er. Altså er der hurtig respons på nye "rigtige" tiltag.

Du får også en uvurderlig træning i at lede dig selv, erfaring med forretningsudvikling (også til CV'et) og ikke mindst dokumenterede kompetencer inden for innovation.

Du skal ansøge her, hvis du kan lide et højt tempo, er praktisk velfunderet, kreativ og iderig, kan lide at der er lavt til loftet og hvor der ikke er langt fra tanke til handling. Du får til gengæld fuld valuta for din indsats i form af et job, hvis du og teamet får lagt grobunden for vækst i et marked, hvor der er et uudnyttet potentiale for innovation.



GRUNDFOS

CASE DESCRIPTION

KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN

OVERVIEW Grundfos

Company	Grundfos
Case title	Safe Water market research and go-to-market strategy
Location of case	Bjerringbro – Grundfos headquarters
Contact person	Pia Yasuko Rask, Director of Safe Water

COMPANY PROFILE

Grundfos Group is a global leader in advanced pump solutions and a trendsetter in water technology. The company makes products and solutions that help customers conserve water and energy, reducing climate impact and saving money. As a clearly value driven company, Grundfos' purpose is to pioneer solutions to the world's water and climate challenges and improve quality of life for people.

Grundfos was founded in 1945 in Bjerringbro, Denmark. The company expanded from producing 500 pumps in 1947 to 50,000 in 1959 and has since become one of the world's leading providers of pump solutions with annual production standing at more than 17 million units.

Already in 1982, Grundfos produced the first pump system powered by solar power and in 2009 started to offer Lifelink solar-driven water solutions to enable reliable access to safe, affordable water in the low-income communities of developing countries. Lifelink solutions have won the United Nations Momentum for Change Lighthouse Award for their efforts to improve living standards for people in some of the world's most disadvantaged communities.

You can learn more about Lifelink here: <https://youtu.be/ZNdz4V26OGE>

CASE DESCRIPTION

Market research and go-to-market strategy – help Grundfos provide safe water in emerging economies in commercially viable models that maximize positive social impact through safe water.

Almost 800m people lack even basic drinking water access and billions still lack access to safely managed drinking water. With partners, Grundfos has an ambition to reach 10m people with no/low water service annually with basic water access – in commercially viable models.

GRUNDFOS

CASE DESCRIPTION

KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN

The case is divided into two stages:

1) Understand the tender market in emerging economies

The first phase of the project focuses on market research in the area of open tenders in emerging economies, with a specific focus on safe water and sustainable water systems. The work demands strong research and analytical skills; with historical data and reports forming an evidence base to identify and understand social impact, key market players, geographical markets, as well as the ability to spot trends, the concluding outcome must present findings in clear and systematic categories that are operational and can be used moving forward.

The quantitative base will be supplemented by interviews internally in Grundfos and potentially externally as well.

Talents interested in joining this case must:

- Acquaint themselves with Grundfos and their work in emerging markets and around safe water.
- Understand the tendering and bids and deep dive into historical data and information in order to develop an evidence-based picture of the market.
- Based on market understanding, develop potential criteria and process for approaching this market, including prioritisation matrix.

2) Open innovation: New Partnerships

The second part of this case is an open approach to how Grundfos can collaborate with others to reach even more people with safe water.

Today, Grundfos partners with a number of key market players in the safe water space, such as international non-government organisations, national and local governments and utilities. To work with this part of the case, the Talents must:

- Research and innovate around new partnerships and specific new partners that could further enable Grundfos and partners to reach more people with safe water.
- Demonstrate the commercial logic as well as the expected acceleration of positive impact such new partnerships and partners could unlock.



LEAD THE
TALENT

GRUNDFOS

CASE DESCRIPTION

KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN

OBJECTIVE AND DESIRED OUTCOME FOR THE COMPANY

In 12 weeks Grundfos would like to have:

- Evidence-based go-to-market approach, with prioritization matrix.
- 3-5 new potential partners with commercial/positive impact, shared value logic.

RELEVANT AREAS OF COMPETENCE

Design and innovation	X	Jurisprudence	
Anthropology, Sociology, Ethnography		Communication and PR	
Supply Chain, Logistics	X	International Relations	X
Human Resources		Investment and Finance	X
Organisation and Leadership	X	Culture and Language	
Economics	X	International Business and Politics	X
Sales and Marketing	X	IT and Technology, UX	
Others			

TALENT PROFILE

An interest in global markets and strong English skills is a must.

A commercial mindset with good business understanding and an interest in current Grundfos offerings and go-to-market approaches for Safe Water in emerging markets is necessary to succeed.

It's a benefit if you have knowledge about or have worked with tender markets and/or emerging markets.

It is a key capability to be able to work systematically and structured with strong analytical and presentation skills.

It is essential for the Talents to be self-starters, but also have the courage to ask when needed and challenge 'business as usual'.



LEAD THE
TALENT

GRUNDFOS

CASE DESCRIPTION

[KLIK FOR AT KOMME
TIL CASEOVERSIGTEN](#)

TASKS AND EXPECTATIONS

TASKS:

- Map and structure tenders around safe water in emerging markets
- Do structured interviews with employees and potentially external partners
- Outline a possible go-to-market approach, including prioritization matrix
- Innovate around new partnerships and identify specific partners of potential interest.

WHY CHOOSE GRUNDFOS AS YOUR CASE

Grundfos is a value-driven company, with a purpose to pioneer solutions to the world's water and climate challenges and improve quality of life for people. Working as a Talent in Grundfos, you will gain insight into the new 2025 strategy, way-of-working, products and solutions. You will be part of a global team focused on reaching people in emerging economies with no or low water service. Most importantly, you will join the Grundfos family in an unwavering belief that it is possible to do business and do good at the same time.



LEAD THE
TALENT