

Skiltefabrikken Svendborg

Skiltefabrikken Svendborg er en skiltevirksomhed, som producerer alt inden for print, folie, bildekoration, messedesign og LED-façade belysningsystemer

CASE: Udvikling af markedsføringsstrategi og salgsmateriale for det nye Produkt Click-Walls

CASEBESKRIVELSE

Skiltefabrikken Svendborg er kendt for at kunne tilbyde kunderne alt hvad de skal bruge indenfor print, skilte, folie, bildekoration og LED facade belysningsystemer. Virksomheden blev startet 2008, hvor ejerne Anders og Jens gik sammen med Tryk Team om at starte virksomheden. I starten var der fokus på at foliere biler, der til den dag i dag er en af deres store forretningsområder. De folierer alt lige håndværksmesteren bil til de vildeste racerbiler på markedet. Her har de blandt andet haft nogle de store danske racerførere som kunder. I takt med, at Skiltefabrikken er vokset i omsætning, er de blevet ved med at udvide produktpaletten.

Skiltefabrikken er en hurtigt omstillelig organisation, hvor der er kort fra tanke til handling. Omdrejningspunktet for casen er et glimrende eksempel på dette. En tilfældig snak om en messestand til en kunde og et nyt pap materiale, som de kan bukke efter behov, blev startskuddet til en ny ide. Den nye ide blev hurtigt til et produkt da direktøren Anders brugte fredag aften på at tegne konstruktionen, og brugte resten af weekenden på at teste og producere, så der mandag morgen stod et færdigt produkt.

Produktet Click-walls er en modulbaseret messestand, som man ganske simpelt klikker sammen efter behov. Det betyder at man nemt kan skifte moduler ud, hvis en er beskadiget eller printet skal udskiftes til at have et andet fokus. Dertil kommer det, at med et klikssystem, så bliver det muligt for alle og enhver at samle standen i løbet af kort tid, så modsat de traditionelle messestande behøves der ingen håndværkere til opsætningen.

Produktet kommer desuden til at bestå af den Self-service app løsning, hvor kunden selv kan designe deres opstilling, efter eget ønske. Ved siden af den visuelle design fremstilling, vil der sideløbende blive vist den aktuelle pris, så kunden hurtig kan holde det op mod sit budget og designe derefter.

Udover at være et spændende produkt, så er Skiltefabrikken klar over at dette er et produkt som løbende skal udskiftes, når nye produkter kommer til eller farvepaletten skiftes ud, hvilket vil øge presset på miljøet. For at mindske presset på miljøet har skiltefabrikken valgt, at anvende genbrugspap fra Sydafrika. Her kan fattige familier tjene penge ved at samle pap ind, hvor de bliver betalt pr. kilo i henhold til UNESCO's prissætning.

På nuværende tidspunkt er der ingen af konkurrenterne, som har udviklet et lignende klikssystem. Så derfor vil denne case have fokus på hvordan Click-walls indtager markedet. Skiltefabrikkens kunder kommer meget igennem netværk. Så de mangler viden omkring hvordan deres kunder finder frem til dem og hvilke tiltag de skal gøre for at blive synlige for dem. Der skal udvikles en konkret markedsføringsplan samt konkret marketingsmateriale til salg af Click-walls.

Skiltefabrikken Svendborg

Skiltefabrikken Svendborg er en skiltevirksomhed, som producerer alt inden for print, folie, bildekoration, messedesign og LED-façade belysningsystemer

CASE: Udvikling af markedsføringsstrategi og salgsmateriale for det nye Produkt Click-Walls

KONKRETE OPGAVER

Fase 0. - Onboarding hos Skiltefabrikken Svendborg – bud på vigtige elementer for teamet at sætte sig ind i.

- Få en forståelse af forretningen og de produkter de tilbyder
- Få en dybere forståelse af produktet Click-walls, så som materialevalg, produktion, forretningsmodel
- Lav en hands-on test, hvor teamet kan udforske produktet og eventuelle konkurrence produkter.
- Aftal med direktør Anders interviews med medarbejdere, samarbejdspartnere og kunder, så I kan komme igang i god tid.

Fase 1. – inspiration og dataindsamling på markedet for fysisk reklamemateriale

- Informationsindsamling på markedet inden for reklamemateriale, for at få et overblik over de forskellige produkter, som eksisterer ude på markedet. Derudover få en fornemmelse over, hvad der bliver brugt i hverdagen.
 - Undersøg konkurrenterne på markedet og substitutter for produktet.
 - Snak eks. med eksperter inden for reklamestande.
 - Interview med medarbejdere på Skiltefabrikken.
 - Interview af medarbejdere fra Messecentre, konferencecentre og hoteller etc.
- Dybdegående kunde interviews, med nuværende og nye kunder/brugere. Fokuser på dem, der bestiller ordren og dem som står på messen.
 - Interviewguiden skal som minimum kunne besvare spørgsmål om
 - Hvordan ser beslutningsprocessen ud
 - Hvem er ansvarlig for indkøb af materiale
 - Hvordan finder de frem til producent
 - Hvor mange gange om året bruger de andre stand

Fase 2 – Udarbejdelse af en Markedsførings plan for Click-walls.

- På baggrund af den indsamlede data skal teamet lave en dybdegående segmentering og målgruppe analyse, som fokuserer på hvilke kundegrupper og segmenter som Click-walls skal sigte efter for hurtigt at kunne sætte sig som markedsleder, inden konkurrenterne kan kopiere dem.
- Kortlæg målgruppens behov og ønsker, og derefter test om produktet kan tilpasses til at imødekomme deres ønsker og forventninger
- Udarbejd en markedsførings plan med konkrete tiltag, i form af markedsføringsmateriale, som skal sikre den eksponering af Click-walls sker på rette tid og sted.



Skiltefabrikken Svendborg

Skiltefabrikken Svendborg er en skiltevirksomhed, som producerer alt inden for print, folie, bildekoration, messedesign og LED-façade belysningsystemer

CASE: Udvikling af markedsføringsstrategi og salgsmateriale for det nye Produkt Click-Walls

Fase 3 - Udvikling og test af markedsføringsmateriale

- I henhold til jeres markedsføringsplan, skal der udvikles markedsføring materiale. Teamet skal som minimum udvikle en hjemmeside plus et ekstra tiltag.
 - Udarbejd i samarbejde med Louise, grafiker i Skiltefabrikken, en hjemmeside for Click-walls, som giver køberen den nødvendige viden samt guider køberen let igennem købsprocessen
- Andet materiale kunne være:
 - Brochure: Det kan være fysisk eller digital form
 - Video: Reklamefilm, brugsanvisninger, show cases etc.
- Efter udarbejdelse af markedsføringsmateriale vil teamet fortage prototype test af salgsmateriale, på nuværende såvel som nye kunder for Skiltefabrikken.

ØNSKET UDBYTTET FOR VIRKSOMHEDEN

Efter 12 uger vil virksomheden gerne stå i hånden med:

- En konkret markedsføringsplan for hvordan afsætter produktet Click-walls
- Færdigudviklet hjemmeside for Click-walls
- Udarbejdet markedsføringsmateriale samt Real-Life test.

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

Kommunikation, Forretningsudvikling, UX-design, Salg, Markedsanalyse, segmentering, Digital marketing, Medie design.

TALENTPROFIL

Hos Skiltefabrikken vil du blive tilknyttet Anders Jensen, som er ejer og direktør for virksomheden. Derudover vil man komme til at arbejde tæt sammen med Louise, som udvikler hjemmesiderne for Skiltefabrikken og Click-walls.

Der eksisterer en meget fladstruktur i virksomheden, så man vil hurtigt komme til at omgås alle 10 ansatte i virksomheden. Derudover så er det en virksomhed, hvor man tager hånd om hinanden og løfter i flok. Så alle er klar på at give en hånd med, når der er travlt eller der lige skal bruges en ekstra hånd til at flytte noget i produktionen.

Har du lyst til at få en følelse af at være en start-up inden i en etableret virksomhed, hvor det gælder om at finde ud af kundernes præferencer og skabe synlighed om et weekendprojekt i verdens klasse, som ingen udenfor virksomheden kender til.