

Human Engage

Human Engage er et konsulenthus, der hjælper organisationer med at sikre valid viden og forståelse af markeder, kunder, medarbejdere og ledere, og efterfølgende hjælper organisationen med at omsætte dette til konkrete handlinger og udviklingsinitiativer i organisationerne. Human Engage ønsker at konceptualisere en ny online tilgang til måling af medarbejderoplevelsen, fra ansættelse til exit/afgang.

Case: Udarbejdelse af markedsanalyse og behovsafdækning og efterfølgende udvikling og afprøvning af konkret konceptbeskrivelse og mock-up samt kravspecifikation

OVERBLIK

Virksomhed	Human Engage
Lokation	Østergade 4, 1. sal, 8370 Hadsten
Kontaktperson	Emil Nicolaisen, Partner

CASEBESKRIVELSE

Human Engage er et konsulenthus, der tilbyder rådgivning og håndtering af projekter med fokus på udvikling af engagement og loyalitet blandt kunder, medarbejdere og ledere. Virksomhedens kerneydelser er måling og analyse inden for:

- Kundeloyalitet og -tilfredshed.
- 360 grader ledermålinger tilpasset til den enkelte virksomhed.
- Trivsel- og engagementsundersøgelser blandt medarbejdere.

Human Engage udvikler unikke og individuelt tilpassede forløb og analyser, hvor kunden er i fokus. Human Engage positionerer sig ved at være tæt på kunden, bruge tid på at lære virksomheden og dens medarbejdere at kende og sikre forankring og engagement hos kunden. Deres kernekompetencer ligger ikke kun i at designe og gennemføre undersøgelser, men også i at omsætte resultaterne til reel handling, og dermed sikre at viden fører til ændret adfærd, processer, kommunikation, med videre.

Virksomheden ønsker at udvikle og digitalisere nogle af dens processer, samtidigt med at den personlige rådgivning understøttes. Mere konkret ønsker de at konceptualisere en ny online tilgang til at undersøge, forstå og udvikle medarbejdertilfredshed og -engagement gennem hele ansættelsesforløbet - fra ansøgning til exit/afgang - med andre ord en digital platform der understøtter måling og udvikling af hele medarbejderoplevelsen. Omdrejningspunktet for konceptualiseringen er et univers/en digital platform, som den enkelte kunde kan tilgå og selvstændigt gennemføre relevante målinger på relevante tidspunkter i løbet af en medarbejders ansættelsesperiode, samt få nødvendige værktøjer til det efterfølgende opfølgingsarbejde.

Human Engage forestiller sig på nuværende tidspunkt, at konceptet bl.a. skal indeholde overordnede temaer: APV-, Trivsel-, 360 graders målinger samt deres forskellige forretningsområder.

Kommende projektteam skal derfor udarbejde markedsanalyse og behovsafdækning for at skabe indsigter i markedet og forståelse for konkrete behov og muligheder. Disse indsigter skal være med til at identificere den primære målgruppe og konkretisere konceptets/platformens indhold og udformning i form af et nyt digitalt univers, og ende ud med en mock-up samt en kravspecifikation til det kommende koncept. Selvom der er tale

om en digital løsning, er det samtidigt et ønske at kundernes brug af det nye koncept ender ud i et behov for personlig rådgivning.

KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser:

1. Fase: Intern og ekstern markedsafdækning.

- 1.1. **Intern analyse:** Afdækning af interne ressourcer, spidskompetencer, DNA og værdier. I skal kortlægge interne kompetencer, såvel som at afdække deres ønsker til serviceudbud i fremtiden. Herunder afdækkes bl.a.:
 - Hvad evner Human Engage at løfte og hvordan?
 - Hvilke ydelser skal indgå i det nye koncept og hvilke skal ikke?
- 1.2. **Konkurrentanalyse:** Human Engage kan selv hjælpe med viden til konkurrentanalysen, idet de har et indgående kendskab til markedet. I skal dog afdække:
 - Hvilke udbud og ydelser findes der på markedet?
 - Udarbejd en benchmark analyse ift. best practise med henblik på inspiration og udvikling af brugerflade, software app, mv? Her kan der fx kigges på lette udgaver som Krifa 'GAIS' eller tunge udgaver som fx Peakon.
 - Hvad eksisterer ikke på markedet i dag og kortlægge, hvad der allerede tilbydes i dag og hvad der ikke tilbydes.
- 1.3 **Kundeanalyse:** Behovsafdækning af målgruppen i samarbejde med Human Engage, her formuleres ud fra deres nuværende kendskab nogle hypoteser om målgrupperne og deres behov.
 - Find evt. 3 (nærmere antal bestemmes undervejs) casevirksomheder som I vil teste disse hypoteser på.
 - Foretag kvalitative undersøgelser af potentielle segmenter og deres behov. Hvor dybt skal vores enkelte moduler stikke, hvad skal de kunne, hvad skal de ikke kunne? Hvor mange forskellige moduler skal udbydes og hvad skal være repræsenteret?

2. Fase: Udvikling, opbygning og afprøvning af konceptet med udgangspunkt i indsigterne fra fase

- 2.1 Hvordan tilpasses konceptet, så det tilpasser sig bedst muligt markedets behov såvel som understøtter virksomhedens nuværende rådgivning og ydelser?
- 2.2 Udform konceptbeskrivelse og visualisering af universet, herunder afdækkes:
 - Afklaring af balancen mellem fleksibiliteten i systemet og det mere standardiserede, dvs. hvor meget skal hvert modul kunne tilpasses?
 - Hvilke data skal systemet kunne implementere/importere?
 - Hvilke data skal kunne trækkes ud fra systemet?
 - Hvordan skal data behandles/rådgives om efterfølgende?
- 2.3 Bygge mock-up, niveau for dette afstemmes ved opstart.
- 2.4 Afprøvning af mock-up på ét af modulerne.
- 2.5 Erfaringsopsamling

2.6 Gentag processen

3. Fase: Opsamling og rapportering

3.1 Baseret på diverse tests, formuleres en kravsspecifikation til konceptet, så detaljeret som muligt. Denne skal indeholde følgende 7 overskrifter:

- Afdækning af projektets omfang ift. tid, økonomi og ressourcer – i opbygningsfasen og driftsfasen.
- Konceptbeskrivelse
- Software specifikation – hvad kræver det ift. programmering
- Brugerflade/Univers
- Indhold / content
- Behovsafdækning og kunde profiler
- Udkast/bud på etablerings-/produktionsomkostninger for konceptet i en færdig udgave samt forecast på prissætning og indtjeningsmuligheder for konceptet.

Forløbet afsluttes med en mundtlig overlevering samt nogle sider med overblik over den indsamlede information. Der er ikke ønske om en stor skriftlig afhandling.

ØNSKET UDBYTTE FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med:

- ✓ En forståelse af målgruppen og deres behov gennem kvalitative observationer (Pains og Gains) i markedet.
- ✓ En mock-up på konceptet.
- ✓ En kravsspecifikation og beslutningsgrundlag der definerer, hvorvidt konceptet efterkommer et behov i markedet med henblik på at afdække, om virksomheden skal forsætte udviklingen af en prototype eller gentænke deres koncept og univers.

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

Digital markedsføring, PR og (strategisk) markedsføring, Ledelse og organisationsudvikling, Forretningsudvikling, HR, Psykologi, UX/konceptudvikling, Event- og oplevelsesøkonomi, Antropologi, Web/IT programmering og udvikling, Digitalisering og Jura

TALENTPROFIL

Human Engage beskriver deres værdier og styrker med følgende nøgleord: respekt, tillid, dedikation, udvikling, fleksibilitet og engagement.

Human Engage består af 3 partnere, der alle har opgaver og rådgivning ude af huset løbende. De leder derfor efter et projektteam, der er selvkørende, proaktiv, resultatorienteret, og som gør sig umage.

Du skal som profil gerne være pragmatisk i din tilgang, og du må meget gerne have noget kant. Du skal have drive og tør bringe dine viden og inputs i spil. Det er derfor en fordel, hvis

der er én i teamet, der har en projektleder tilgang og går forrest i forhold til at skabe fremdrift i projektet og sikre de aftalte resultater.

Du vil komme til at indgå i en lille, men agil virksomhed. Det er derfor vigtigt med ydmyghed og lysten til at indgå i en virksomhed, hvor der løftes i samarbejde, uafhængigt af opgaven.

En stor del af casearbejdet omhandler udvikling og afprøvning af det nye univers og koncept, det er derfor vigtigt, at I tør dykke ned i problemstillinger med henblik på at forstå, hvordan udfordringer vendes til muligheder.

Der er en fordel, hvis du har en god forretningsforståelse eller kendskab til branchen.

