

TEMP-TEAM

Virksomhed: TEMP-TEAM er et vikar- og rekrutteringsbureau, som tilbyder et holistisk produkt, hvor de tager sig af alt fra rekruttering til onboarding af medarbejderen i virksomheden.

CASE: Markedsanalyse af rekrutteringsbranchen samt idéudvikling til, hvordan de bedst muligt kan ramme markedet for rekrutteringer af medarbejdere og ledere til kunderne, ved at arbejde med TEAM-TEAMS brand.

Virksomhed	TEAMP-TEAM
Lokation	Rosenbæk Torv 1, 3. Sal, 5000 Odense
Kontaktperson	Anne Hansen, Branch manager

CASEBESKRIVELSE

TEMP-TEAM er et vikar- og rekrutteringsbureau, der har eksisteret siden 1979. Organisationen er stadig under ledelse af grundlæggeren Erik Juhler. Erik er en meget synlig figur i organisationen, og sætter sit tydelige præg på arbejdsgangene og kulturen.

Siden 1979 er der kommet nye produkter til, som fx outplacement, onboarding og stresshåndtering/coaching. Vikar og rekruttering er klart det største forretningsområde og fylder i dag hovedparten af omsætningen.

TEMP-TEAM er et af Danmarks førende vikar- og rekrutteringsbureau med godt 80 ansatte. De foretager årligt mere end 500 rekrutteringer af medarbejdere til faste stillinger og langt over 15.000 vikariater.

Temp-TEAM har et ønske om at udvide deres markedsandel på rekrutteringsområdet. De ønsker i langt højere grad at beskæftige sig med rekruttering fra lederniveau og nedefter. De har ikke satset på topposter, da der er andre headhuntingfirmaer, der er specialister på det område. TEMP-TEAM har dog ikke rigtig lykket sig med at få flere rekrutteringsopgaver ind, og søger derfor hjælp til, hvordan de kan udbygge deres forretning på rekruttering. Der er behov for at afdække markedet og kundernes behov, samt at finde ud af hvordan kunderne ser på TEMP-TEAMS inden for rekruttering.

Casen har fokus på TEMP-TEAM Fyn og derfor omhandler alle interviews og analyse af markedet denne region. Der vil dog være mulighed for at udvide til andre landsdele og afdelinger, men casen starter med Fyn som marked/kundesegment.

KONKRETE OPGAVER

1. Fase – Kortlægning og analyse af rekrutteringsbranchen i Danmark
 - a. TEMP-TEAM ønsker at få udført en grundig markedsanalyse for det fynske marked. I denne analyse skal der kun være fokus på rekrutteringer i segmenterne fra den

TEMP-TEAM

Virksomhed: TEMP-TEAM er et vikar- og rekrutteringsbureau, som tilbyder et holistisk produkt, hvor de tager sig af alt fra rekruttering til onboarding af medarbejderen i virksomheden.

CASE: Markedsanalyse af rekrutteringsbranchen samt idéudvikling til, hvordan de bedst muligt kan ramme markedet for rekrutteringer af medarbejdere og ledere til kunderne, ved at arbejde med TEAM-TEAMs brand.

ordinære ansatte op til leder og specialistniveau.

- i. Kortlægning af konkurrenter på rekrutteringsmarkedet.
- ii. Markedsundersøgelse af konkurrenter i forhold til rekrutteringsbranchen
- iii. Markedsanalyse og positionering i forhold til konkurrenter

2. Fase – Brugerundersøgelse af kundebehov og TEMP-TEAM brand Image.

- a. For at TEMP-TEAM kan sikre, at de tilbyder de rette services til deres kunder, ønsker de at få bedre indsigt i deres kunders behov og ønsker til en rekrutterings proces, samt deres generelle opfattelse af TEMP-TEAM brandet. Jeres brugerundersøgelse kan indeholde kvantitative eller kvalitative undersøgelser.
 - i. Brugerundersøgelse af kundernes behov i forhold til brug af rekrutteringsydelser. (Overvej om dette skal være en generel undersøgelse eller mere branchespecifik.)
 - ii. Brugerundersøgelse af kundernes opfattelse af TEMP-TEAM som brand.
 - iii. Omsæt jeres data til en kortfattet oversigt/præsentation over fokuspunkter.

3. Fase – anbefaling til fremtidig strategi for TEMP-TEAM

- a. Ud fra jeres tidligere analyser skal I komme med anbefalinger til, hvordan TEMP-TEAM skal agere for at kunne penetrere markedet. Dette er ikke ment som en total remake af deres nuværende profilering, men en anbefaling til justeringer.

Kom med anbefalinger til:

- i. Positioneringsstrategi:
- ii. Brandingstrategi:
- iii. Markedsføringsstrategi:

4. Fase - Idégenerering og udvikling af koncepter

- a. På baggrund af jeres analyse og strategianbefalinger, skal I udvikle konkrete bud på idéer og koncepter, som kan skabe et godt Product-Market fit

ØNSKET UDBYTTTE FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med:

- ✓ Analyse af markedet for rekrutteringsydelser
- ✓ Dybdegående analyse af Kundebehov



LEAD THE
TALENT

TEMP-TEAM

Virksomhed: TEMP-TEAM er et vikar- og rekrutteringsbureau, som tilbyder et holistisk produkt, hvor de tager sig af alt fra rekruttering til onboarding af medarbejderen i virksomheden.

CASE: Markedsanalyse af rekrutteringsbranchen samt idéudvikling til, hvordan de bedst muligt kan ramme markedet for rekrutteringer af medarbejdere og ledere til kunderne, ved at arbejde med TEAM-TEAMS brand.

- ✓ Anbefalinger til fremtidige strategier
- ✓ Idé katalog for nye koncepter

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

Forretningsudvikling, Kommunikation, HR, journalistik, Marketing, psykologi, kvalitativanalyse, kvantitativanalyse.

TALENTPROFIL

TEMP-TEAM ønsker at kunne finde de rigtige talenter indenfor alle brancher, og derfor sammensætter de deres egne teams med tanke på mangfoldighed i form af forskellige fagligheder og kompetencer til at løfte projekter. Dette gør at, TEMP-TEAM er en rummelig organisation, med plads til forskelligheder.

Helt fra starten af har TEMP-TEAM stræbt mod at skabe det bedst mulige arbejdsmiljø for at medarbejderne kan levere den høje service, de gør, samt har overskud til at skabe relationer formet ud fra deres kerneværdier i en ærlig og troværdig service.

Under casearbejdet kommer I til at arbejde sammen med Sara Foli Jensen og Anne Hansen, som har mange års erfaring for inden for branchen. De er klar til at klæde jer godt på i forhold til, hvad der er op og ned i rekrutteringsbranchen.

Så kunne du tænke dig en arbejdsdag med mange kontaktpunkter og en god blanding af forskellige fagligheder i arbejdet med en virksomheds brand og image, så kunne dette være en case for dig.



LEAD THE
TALENT