

Aquaporin A/S

En vandteknologisk virksomhed der er leverer innovativ teknologi bygget på naturens egen vandfiltrering med henblik på at løse globale problemer ift. vandknaphed og rent drikkevand.

CASE: Udvikle en Go-To-Market plan for 'Point of Use water purification' for Sydeuropæiske marked med henblik på at kortlægge, hvilke salgskanaler og samarbejds muligheder der vil være gunstige og positionere Aquaporin.

OVERBLIK

Virksomhed	Aquaporin A/S – Drinking Water
Lokation	Nymøllevej 78, 2800 kongens Lyngby DK
Kontaktperson	Sebastian Lykke Møller, Project Manager, Drinking Water.

CASEBESKRIVELSE

Aquaporin blev stiftet for 14 år siden med en vision om at levere bæredygtige løsninger til filtrering af vand. Innovative og teknologiske løsninger baseret på proteinet aquaporin, der er ansvarlige for transport og rensning af vand i alle levende celler. Disse aquaporiner er inkorporeret i biometriske RO-membraner, der i dag sælges gennem 2 produktgrupper, for sig selv som filtre og eller gennem vandfiltreringssystemer, også kaldet Point of Use (PoU) water purification systems, som hører under forretningsområdet 'Drinking Water'.

Markedet inden for PoU water purification systemer vokser markant på grund af de store klimamæssige udfordringer ift. rent drikkevand, der opleves rundt om i verden. Som eksempel er vandressourcerne i Sydeuropa og USA i fare, og offentlighedens tillid til drikkevand er under pres. Dette får de private forbrugere til at søge alternative løsninger, som fx købet af vand i plastflasker. Dette er ikke en bæredygtig løsning, hverken for klimaet eller den private forbrugers økonomi. Her tilbyder Aquaporin PoU water purification systems, hovedsagligt til den private forbruger, der ønsker rent drikkevand. Produkterne ZERO og ONE har et markant design og er nemme at installere i køkkenet eller bryggerset, hvorfor de fleste forbrugere selv kan gøre dette.

Aquaporin er i gang med at lancere deres PoU water purification systems sammen med udvalgte salgspartnere og markeder. Potentialet anses dog til at være stort i mange markeder globalt, herunder Sydeuropa, men udfordringen er at identificere hvilke salgskanaler, herunder salgspartnere, der kan være med at differentiere Aquaporins produkter og positionering på nye markeder. Salgspartnere som f.eks. bæredygtighedsrådgivere og køkkenproducenter, hvor Aquaporin tilføjer værdi til deres nuværende koncept.

Aquaporin ønsker at fokusere på de Sydeuropæiske markeder med henblik på at afdække potentielle behovsfaktorer, kvalificere segmenter/markeder, samt identificere potentielle og fremtidige salgspartnere og kanaler.

Som kommende projektteam skal i derfor udvikle en Go-To-Market plan for 'PoU water purification systems' for de Sydeuropæiske markeder med henblik på at kortlægge, hvilke salgspartnere og kanaler der vil være gunstige for Aquaporin. Projektet vil have et centrert fokus på det kommercielle perspektiv, og ikke på processen.

KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser:

1 Fase: Behovsafdækning og kortlægning af de Sydeuropæiske markeder med henblik på identificering af salgskanaler og samarbejdsmuligheder

- 1.1 Kortlæg interne ledelsesprioritering ift. strategiske samarbejdsmuligheder i Sydeuropa. Disse benyttes til at fastlægge, hvilke lande i Sydeuropa, som I skal starte med. Herunder afdækkes følgende:
 - Hvad kendetegner en stærk salgspartner
 - Hvilke værdier skal en salgspartner kunne tilbyde
- 1.2 Fastlæggelse af de potentielt mestgunstige lande ift. 'Point of use drinking purification systems' i Sydeuropa, udvælg gerne en top-3.
- 1.3 Segmentering af de respektive lande/markeder med henblik på at afdække:
 - Hvilke certificeringer kræver de respektive markeder for Aquaporins produkter?
 - Fastlæg slutforbrugernes behov og samfundstendenser for de respektive markeder.
- 1.4 Overordnet kortlægning af konkurrenternes setup, herunder afdækkes:
 - Hvilke kanaler benytter de?
 - Hvordan markedsfører de sig mod slutbrugeren?
 - Hvordan er deres setup/approach?
- 1.5 Mapping af potentielle salgspartnere/samarbejdsmuligheder for de respektive lande. Disse kortlægges ud fra faktorerne, som belyses i fase 1.1.

2 Fase: Fastlæggelse af Go-To-Market plan

- 2.1 Hvordan kan Aquaporin positionere sine produkter på de respektive markeder og adskille sig fra konkurrenterne?
- 2.2 Hvad er Aquaporins unikke værditilbud og hvad skal de brande sig på, for at skabe interesse hos slutbrugeren?
- 2.3 Gennemse og revidere Aquaporins nuværende salgspartner manual/setup (kaldet Premium Reseller)
- 2.4 Udformning af Go-To-Market setup med henblik på identificering af salgspartnere (samarbejdsmuligheder/ -kanaler) for de respektive lande/segmenter.

3 Fase: Etablering og kvalificering af salgspartnere/kanaler

- 3.1 Etabler kontakt til potentielle samarbejdsmuligheder

ØNSKET UDBYTTÉ FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med:

- ✓ En prioriteret liste med potentielle samarbejdspartner/ -kanaler for de respektive segmenter for de identificerede lande.
- ✓ Organiseret setup for at kunne positionere sig til slutbrugere såvel som samarbejdspartnere på de respektive markeder.

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

Forretningsudvikling, Internationalisering, Salg, Økonomi, Eksport, Jura, Kommunikation og Formidling, Antropologi og Kultur.

TALENTPROFIL

Som talent får du en unik mulighed for at blive en del af en global virksomheds udvikling og vækst af forretningsområdet 'Drinking Water' med udgangspunkt i Sydeuropa. Dette sker med henblik på at udvikle og organisere fremtidige setup for markedet. Det er derfor vigtigt at kommende kandidater/team har et kommercielt fokus, og ikke fokuserer på processer og tunge analytiske tilgange, men derimod formår at arbejde agilt og struktureret gennem en iterativ tilgang.

Du får dermed ikke blot mulighed for at sætte dine aftryk, men samtidig skabe synlige resultater. Forretningsområdet vil berøre mange interessenter og interne afdelinger. Du vil i projektet derfor skulle kunne imødekomme de mange berøringsflader og kunne begå dig i en international virksomhed, hvor man rummer forskellige kulturer og sprog.

Du skal som profil derfor være stærk til at behovsafdække, lytte og agere ud fra de indsigter, som du får. Det er derfor en styrke, hvis du er udadvendt, opsøgende og imødekommende. Aquaporin leder efter selvstændige og proaktive kandidater, der tør tage ansvar og selv løbe med opgaverne selv. Du skal tør udfordre og opsøge den nødvendige sparring. Det vil være en fordel, hvis én i teamet kan tage projektlederrollen og sikre den rette fremdrift.