

# Kostner Group

Leverer økonomisk optimering af public cloud gennem AI-løsninger, der hjælper virksomheder med at reducere og administrere omkostningerne.

CASE: Markedsafdækning af brancher i Danmark og Nordvest Europa med henblik på at kortlægge målgruppen og deres modenhed samt konkurrenter. Hertil udvikles en Go-To-Market plan, som definerer, hvordan Kostner Group positionerer sig og få succes på markedet.

## OVERBLIK

Virksomhed	Kostner Group Aps
Lokation	Agern Alle 24, Hørsholm 2970, DK
Kontaktperson	Mikkel Brun Næsager, Adm. Direktør

## CASEBESKRIVELSE

Kostner Group har gennem de sidste 6 år benyttet kunstig intelligens og big data til at analysere deres kunders/virksomheders it-infrastruktur. Gennem dette værktøj kan virksomheders it-chefer hurtigt få overblik over mulighederne for optimering og besparelser.

Kostner Group har opnået en fordelagtig position i markedet, dog ses der en større udvikling inden for it-branchen og generelle samfundstendenser, som også bemærkes ved Kostner Groups nuværende kunder. Flere og flere virksomheder flytter deres IT-håndtering over i cloud fremfor de traditionelle softwareløsninger. Denne ændring betyder en ændret efterspørgsel i markedet, hvilket Kostner Group gerne vil efterkomme. Dog vil sådan en ændring af forretningsområdet også betyde større kompleksitet ift. stakeholders og virksomhedernes it-håndtering, hvilket vil stille nogle andre krav til Kostner Group.

Når en virksomhed flytter deres software over til en cloudløsning, betyder det, at IT og indkøb er den samme handling, fx vil en virksomhed ikke skulle gennem en forhandling med en indkøbsafdeling ved køb af en cloudløsning, som de fx ville gøre ved indkøb af en større softwarepakke/-løsning. Nogle af grundene hertil er bl.a. at enhedspriserne opleves langt lavere, end ved software løsninger og fordi en cloudløsning købes direkte på abonnement, når man henter det ned.

Kostner Group ønsker at kortlægge og kvantificere deres hypoteser om markedets modenhed for cloudløsninger og dets stakeholders med henblik på øget kendskab, der kan sikre dem konkrete leads og vækst. På nuværende tidspunkt sælger virksomheden denne cloudløsning via abonnement, fremfor traditionel rådgivning. Dette betyder, at de skal benytte færre interne ressourcer til rådgivning og sparring, men samtidigt også lavere enhedspriser. Kostner Group skal derfor sikre sig en større kundevolumen, hvis de skal vækste og nå deres mål på 1000 abonnemeter i 2022, i Nordvest Europa.

Kostner Group har allerede positioneret sig hos mange store virksomheder i Danmark og i udlandet, men stadig kun en brøkdel af markedet. Derfor vil de gerne kvantificere deres hypoteser og sikre sig valide data, som de kan gå til markedet med. Virksomheden ser størst potentiale på nuværende tidspunkt i nordvesteuropæiske og skandinaviske marked, hvorfor projektet vil tage udgangspunkt i 3-4 lande/markeder her inden for.

Det kommende projektteam skal derfor foretage en markedsafdækning i Danmark og Nordvest Europa med henblik på at kortlægge målgruppen og deres modenhed. Hertil

udvikles en Go-To-Market plan, som definerer, hvordan Kostner Group positionerer sig og får succes på markedet.

## KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser:

### 1. Fase: Forberedelse af dataindsamling

- 1.1 Ved opstarten udpeges i samarbejde med Mikkel hvilke markeder/lande som undersøgelses tager udgangspunkt i.
- 1.2 Kortlæg og gennemgå nuværende interne markedsundersøgelser og data med henblik på at kvantificere:
  - Hvilke virksomheder benytter løsningen
  - Opdeling af segmenter
  - Hvilke stakeholders er der hos de forskellige segmenter
- 1.3 Opstilling af hypoteser i samarbejde med virksomheden ift. landenes og virksomhedernes modenhed/potentiale for succes. Disse skal kvantificeres i fase 2.
- 1.4 Udvikling af spørgeskemaundersøgelse/spørgeguide (survey monkey) der skal benyttes i de 3-4 lande med henblik dataindsamling.
- 1.5 Udarbejde bruttoliste over virksomheder, der skal kontaktes i de respektive lande og opkald til receptioner for at få kontaktoplysninger.

### 2. Fase: Gennemførelse af dataindsamling

- 2.1 Gennemførelse af dataindsamling. Dette gøres bl.a. gennem telefonopkald/ koldt canvas og opfølgning pr. mail.
- 2.2 Opsamling af dataindsamlingen i statistiske online værktøjer, der kan analyseres i fase 3.

### 3. Fase: Analyse af data og kortlægning af markedernes potentiale/modenhed for cloudløsninger

- 3.1 Gennemgå og analysere statistikkerne fra fase 2 med henblik på at kvantificere:
  - Hvor stort er markedet i de respektive lande
  - Besvarelse af de opstillede hypoteser
  - Hvor befinder kunderne sig i deres cloud-/ kunderejse
  - Hvem er stakeholders
- 3.2 Segmentering af interessante brancher og stakeholders i de respektive lande

### 4. Fase: Modenhedsanalyse ud fra den bearbejdede data fra fase 3

- 4.1 Bearbejdning og sammenskrivning af data fra begge undersøgelser (grafer og anekdoter/interviewcitater)
- 4.2 Generering af lead-liste i prioriteret rækkefølge fordelt på lande
- 4.3 Generering af stakeholderliste i de forskellige lande og brancher
- 4.4 Anbefaling til markedsføringskanaler og -indsatser for de respektive lande og markeder

ØNSKET UDBYTTET FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med:

- ✓ Valide data omkring:
  - Hvilke lande og brancher der er mest modne i forhold til Cloudløsninger
  - Hvem er stakeholder's i de respektive brancher/ virksomheder
- ✓ Prioriteret liste med konkrete leads og håndtering af disse
- ✓ Anbefaling til fremtidige markedsføringsindsatser rettet mod stakeholders

## RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

Forretningsudvikling, (Teknisk) Antropologi, Salg, IT, Kommunikation og formidling, IT, Digitalisering, Markedsudvikling og statistik.

## TALENTPROFIL

Kostner Group leder efter et projektteam, der kan være med at udvide et potentielt nyt forretningsområde og serviceløsning. De leder derfor efter selvkørende profiler, der kan sikre fremdrift og resultater gennem valide kundeundersøgelser. En stor del af disse kundeundersøgelser vil indsamles gennem kundekontakt og kold canvas via telefon. Man skal som profil derfor være åben, lyttende og en samarbejdsvillig person. Du vil gennem projektet skulle arbejde med dataindsamling og behandling, hvilket kræver, at du finder analyser interessant eller har en logisk tilgang

Kostner Group arbejder efter en agil tilgang, hvor forretningen udvikles og driftes efter kundernes behov og ønsker. Det vil være en fordel, hvis man tidligere har erfaring eller interesse for salg. Du får gennem projektet muligheden for at skabe nye serviceløsninger med henblik på udvikling af fremtidigt salg og vækst. Du får dermed stor sparring og berøringsflade med praksisnære tilgange.

Arbejdet kræver gå-på-mod når man skal finde veje gennem lukkede døre for at få fat i de rigtige personer. Dette er Kostner Group helt bevidste om, hvorfor der også er plads til godt kollegaskab og hygge undervejs.