

Ambiente

Ambiente skaber unikke, kreative og virkningsfulde oplevelsesrum. Virksomheden er specialiseret i design og eksekvering af messestande, domicilindretning, butikindretning og shop-in-shop koncepter.

CASE: Ambiente ønsker i højere grad at styre og udvikle forretningen via data og digitalisering. Gennem forløbet skal talenterne gennemføre en række analyser med henblik på at udarbejde nogle modeller eller værktøjer som kan skabe indsigt og fungere som beslutningsgrundlag til fremtidige strategiske beslutninger.

OVERBLIK

Virksomhed	Ambiente A/S
Lokation	Ørstedsvej 16, 8660 Skanderborg
Kontaktperson	Helle Ancker Bjerre, CEO Gitte Skaarup Ipsen, Head of Business Development, Marketing & HR

VIRKSOMHEDSPROFIL

Ambiente skaber unikke, kreative og virkningsfulde oplevelsesrum. Virksomheden er specialiseret i design og eksekvering af messestande, domicilindretning, butikindretning, shop-in-shop koncepter og kunstinstallationer.

Uanset hvilket segment, der serviceres, leverer Ambiente A-Z løsninger, hvor man håndterer alt fra design, produktmodning, produktion, logistik og endelig montage.

Ambiente har ingen hyldevarer, da alt bliver udviklet i samarbejde med kunden. Til hvert projekt tilknyttes en designer, en sælger og en projektleder som sammen løser projektet. Salg og design sikrer at kundens ønsker indfries, mens projektlederen er overordnet ansvarlig for at projektet realiseres i samarbejde med et on-site team af montører.

Ambientes kundeliste tæller danske såvel som internationale kunder. Kunden er altid i centrum og kontakten med kunden er af rådgivende og udviklende karakter. Det er et utvetydigt ønske ikke at fungere som en simpel underleverandør, men snarere en partner, hvorfor der investeres tid i at skabe langvarige samarbejdsrelationer med kunderne. Af nuværende kunder kan bl.a. nævnes: Salling Group, Louis Poulsen, Muuto, Spar Nord og Arkitektskolen Aarhus.

Ambientes primære forretningsben har i mange år været messestande, men under Covid-19 har de øvrige forretningsben været i voldsom vækst.

Ambiente ønsker at optimere forretningen ved at kvalificere det strategiske beslutningsgrundlag gennem nye dataindsigter samt at styre og udvikle forretningen via data og digitalisering. Ambiente har bl.a. en SQL-database, en power BI løsning der trækker data fra økonomisystemet, intern tidsregistrering mm. og leverer data til et ny-implementeret CRM-system.

Medarbejderstaben består i dag af 50 ansatte, som fordeler sig på følgende afdelinger: salg, design, projektledelse, montage, økonomi, indkøb, logistik og marketing.

CASEBESKRIVELSE

Casen kommer på et overordnet plan til at omhandle forretningsudvikling centreret om dataanalyse, dvs. en hardcore Business Intelligence case.

Under caseforløbet ønsker Ambiente at få udarbejdet en række KPI rapporter og statistisk analyse til deres forretningsudvikling. Processen for talenterne bliver at bygge bro mellem kreativitet og data, og målsætningen er derfor at finde frem til løsninger, som kan gøre en kreativ virksomhed mere datadrevet.

Et slutprodukt for forløbet kunne være et digitalt værktøj eller en model som fx kan:

- give indsigt i salgsprognoser.
- analysere sammensætningen af teams holdt op imod dækningsgraden for hvert projekt.
- give indsigter i timeforbruget på hvert projekt, delt op på hver underafdeling i forhold til salgspris og DG.

Om den endelige løsning skal ende ud i nogle dashboards, indsigter i form af tal, evalueringpunkter eller belyse eksisterende udfordringer fra nye perspektiver, er ikke afstemt eller determineret. Det handler om at få udviklet nogle modeller eller værktøjer til at skabe indsigt til mere profitable valg. Det vil i dette projekt i høj grad, være op til de findings der opstår i processen, som vil være afgørende for hvilken retning løsningen skal tage. Det kan også sagtens tænkes, at der skal findes flere løsninger og at I som team fx både kommer til at arbejde med, at implementere nogle tiltag til det nye CRM-system samtidig med, at I arbejder på en løsning af en helt anden karakter.

Helt overordnet ønsker Ambiente at opnå nogle nye learnings omkring deres egen forretning og driften af denne, til at kunne træffe kvalitetssikrede strategiske beslutninger og blive en mere datadrevet virksomhed.

KONKRETE OPGAVER

Opgaverne bliver helt overordnet: Dataindsamling, dataanalyse, ideudvikling og evt. rapportudvikling.

1. On-bording til Ambientes organisation, nuværende systemer mv.
2. Udarbejd en projektplan for forløbet i samarbejde med ledelsen.
3. Skabe forståelse og indsigt:
 - 3.1 Indsamle viden gennem kvalitative interviews med topledelsen hos Ambiente foruden med virksomhedens dataansvarlige Kristian. Herunder skal der findes svar på hvilke spørgsmål Ambiente i sidste ende søger svar på og hvad deres ønsker er, omkring brugen af disse svar. Hvilken type data vil kunne medvirke til svar på disse spørgsmål og endeligt hvordan skaber I et "værk", som kan fodres med disse data og digitalt give svar på de rigtige spørgsmål.
 - 3.2 Indsamle viden om det eksisterende datagrundlag, omfang og kvalitet. Hvilke data mangler, er der data som skal ændres i format osv.?
 - 3.3 Samle indsigter, prioritere og udvælg fokusområder.
4. Stop & Go (Nedslag hvor der evalueres med ledelsen om hvad næste skridt skal være)

5. Analysere og lave diverse udregninger. Finde frem til de formler og sammensætning af datakilder, som kan skabe svar på de rigtige spørgsmål.
6. Stop & Go
7. Idegenerering om hvordan svarene på spørgsmålene skal præsenteres
8. Stop & Go – Træffe beslutning om hvilke produkter eller test, som skal udarbejdes, skal der fx laves en mock-up, er der tiltag som kan testes, skal der udarbejdes en rapport, et datakatalog eller noget helt fjerde.
9. Test / eksekvering / rapportskrivning. Hvordan eksekveringen skal foregå og hvem som skal løfte opgaven, fx om der skal tilkøbes ekstern ekspertise eller om teamet selv kan løfte nogle af opgaverne vil afhænge af resultaterne. Løsningens udformning og omfang står derfor åbent.

ØNSKET UDBYTTET FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med:

- ✓ Få designet et set-up til dataindsamling og den efterfølgende analyse, der kan implementeres i Ambiente.
- ✓ Endelig design/detaljeret kravspecifikation af 1 til 5 værktøjer eller modeller, som kan drive og udvikle Ambiente med data.

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

Virksomheden søger profiler, som kan identificere sig med en af følgende roller:

- 1 profil med stærke kompetencer i kvalitative interviews (Antropolog / Etnograf)
- 1 til 2 profiler med dybdegående viden og evner indenfor matematik, sandsynlighed og statistik (Matematiker)
- 1 dataanalytiker (Datavidenskab / Datalogi / Dataanalyse)
- 1 profil som er dygtig til forandringsledelse og som kan skabe klar kommunikation internt i virksomheden (Erhvervspsykolog / HR / Kommunikation)
- 1 profil med en bredere virksomheds- og økonomisk forståelse (Virksomhedsøkonom / Business Analyst / HA almen / Cand. Merc. / Cand. Soc.)

TALENTPROFIL

Ambiente er en meget passioneret og kreativ virksomhed med en flad struktur.

Du skal kunne indgå i et tæt teamsamarbejde og kvaliteter som engageret, passioneret og selvstændighed vægtes højt, da I vil blive givet stor frihed under ansvar.

Lysten til at medvirke til udvikling via dataindsigter skal selvfølgelig være der, dertil er det et ekstra plus, hvis du har forståelse for Business Intelligens og evt. machine learning.

Det forventes, at du møder op og har et ønske om at gøre det lidt bedre hver dag. Dertil kræver kulturen i virksomheden, at du er omstillingsparat og har "viljen til at ville, evnen til at kunne".

I kommer til at arbejde tæt sammen med både Ambientes CEO Helle Ancker Bjerre, ejer og kreativ direktør Michael Skjødt samt Gitte Skaarup Ipsen som er Head of Business Development, Marketing & HR. I vil derfor få en unik mulighed for at komme helt ind i maskinrummet på en succesfuld virksomhed og agere som eksperter og sparringspartnere på netop jeres fagområde.

Profiler, som har erfaring med projektledelse og som kan omforme komplekse problemstillinger til tilgængelige opgaver, vil blive prioriteret højt.