

Bryggeriet Vestfyen

Bryggeriet Vestfyen er et selvstændigt bryggeri med rødder tilbage til 1885. Udover øllen Vestfyen, indeholder produktporteføljen også brands som Willemoes, Bryggeriet Frejdahl og Jolly Cola.

Case: Analysér interne produktionsprocesser og kundepræferencer med henblik på at kunne udvikle et estimeringsværktøj, så bryggeriets produktmix kan optimeres.

OVERBLIK

Virksomhed	Bryggeriet Vestfyen
Lokation	Fåborgvej 4, DK-5610 Assens
Kontaktperson	Rasmus Damsted Hansen - CEO

VIRKSOMHEDSBESKRIVELSE

Bryggeriet Vestfyen er en af Danmarks ældste bryggerier. I mere end 130 år har virksomheden brygget øl på samme adresse, hvor de beskæftiger omkring 100 medarbejdere.

Over årene er forretningen vokset og flere produkter er kommet til. I dag består produktporteføljen af blandt andet Willemoes, Bryggeriet Frejdahl og Jolly Cola. I 2018 købte de det lille bryggeri Indslev, som holder din produktion i egne lokaler. Ellers produceres alle andre brands indenfor matriklen i Assens. Udover deres egne brands, består en stor del af deres produktion af private label til nogle af de største butikskæder i Danmark.

Bryggeriet er i gang med en kulturomlægning, hvor de forfiner deres processer og succeskriterier. Det er ikke længere nok for dem, blot at producere og slippe produktet på lastningsrampen. Deres succes ligger i et skabe et kvalitetsprodukt, som man kan være stolt af, og sikre at kvaliteten kommer med hele vejen fra produktion, til det bliver taget ned af hylden eller skænket på restauranten.

CASEBESKRIVELSE

Bryggeriet Vestfyen har over de sidste mange år fået flere og flere opgaver indenfor private label, hvor de producerer øl og sodavand for nogle af de største kæder i Danmark. Denne del af forretningen optager størstedelen af produktionen, men desværre ikke af fortjenesten, da det har større omkostninger end deres produktion af egne øl og sodavand. De forhøjede omkostninger kommer af skiftende ordreintervaller og hasteproduktioner, som gør at produktionsanlæggene ikke kører optimalt.

Derfor ønsker Bryggeriet Vestfyen at fokusere mere på deres egne produkter, og samt have færre, men tættere samarbejde med deres private label kunder. Talentteamet får derfor til opgave at analysere de interne processer i salg og produktionsafdelingen for at kortlægge deres udfordringer, samt udvikle et estimationsværktøj til bedre at kunne planlægge produktionen i fremtiden.

Derudover vil det ønskede fokus på egne produkter kræve en dybere forståelse af kundernes præferencer og ønsker til Vestfyens produktkategorier. Dette kræver en dybdegående kundeanalyse, som skal resultere i klare anbefalinger til de fremtidige strategier.

KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser. Opgaverne skal betragtes som inputs og inspiration, som gerne må forlænges udover nedestående hjælpespørgsmål.

1. Fase – Intern analyse af produktionen og salgsafdelingen

Vestfyen ønsker at få et bedre sammenspil mellem produktionen og salgsafdelingen. For at udgå bias i analysen, bliver første del af analysen udført i teams, hvor hvert team bliver tildelt en afdelingen, herunder Produktion eller Salg. Det er vigtigt at være nysgerrig og stille spørgsmål, som kan udfordre status quo.

1.1. Produktionsafdelingen

I produktionen vil man få mulighed for at observere og snakke med medarbejdere med fokus på deres arbejde og særligt de udfordringer, som de står overfor i processerne.

Vigtige fokusområder at spørge indtil:

- Omstillinger i produktionen
- Arbejdsprocesser
- Vagtplanlægning
- Indkøb/lagerstyring
- Touch points med andre afdelinger.

1.2. Salgsafdelingen

I Salg vil man få mulighed for at observere og snakke med medarbejder om deres arbejde og udfordringer med processerne.

Vigtige punkter at finde svar på:

- Hvad sælger bedst
- Hvordan fungerer Salgsprocessen
- Håndtering af hasterorder
- Overlevering til produktionen

1.3. Intern analyse af excel datasæt

Brug deres datasæt til at finde frem til interesse indsigter.

Opgaverne kan være følgende:

- Kortlæg de forskellige datasæt
- Visualiser salgstal ifht produkt/måned
- Kortlæg produktion ifht produkt/måned
- Nedetid i produktionen

1.4. Opsamling og klargøring af indsigter til præsentation for ledergruppen.

Aftal med lederne, hvordan de ønsker indsigterne bliver samlet til fremtidigt brug.

2. Fase – Udvikling af estimationsværktøj

For at kunne optimere processerne i produktionen, skal der udarbejdes et estimationsværktøj.

Den opgave vil muligvis komme til at køre sideløbende med de resterende faser, alt efter hvad der giver mening.

- 2.1. Kortlæg ud fra den interne analyse, hvilke informationer der er vigtige for de primære afdelinger
 - Produktionen
 - Salg
 - Direktionen
- 2.2. Udarbejd en simpel visualisering af tallene med fokus på datarelevans og User Experience design
- 2.3. Præsenter jeres simple visualisering overfor ledelsen.
Her vil der være mulighed for at drøfte de forskellige outputs, og om der eventuelt, kunne inkorporeres flere visualiseringer af estimater til hjælp for andre afdelinger.
- 2.4. Udarbejd og test estimeringsværktøj (iterations fase).

3. Fase – Forbrugeranalyse

For at kunne planlægge deres produktion og tilpasse deres produktsortiment og salgskanaler, ønsker Vestfyen at blive klogere på forbrugernes ønsker og behov.

3.1. Desk research.

Indsamling af tilgængelig viden fra bl.a. rapporter, anmeldelser, analyser, Danmarks statistisk.

3.2. Kvalitativ analyse

For at forstå forbrugernes præferencer, er det vigtigt at komme ud i den virkelige verden.

Information kan f.eks. erhverves ved:

- Fokusgruppe interview
- Observationer
- Vox pop (coop/salling group)

3.3. Udarbejd rapport/præsentation af analysen.

4. Fase – Udvikling af nye strategier

Ud fra de tidligere analyser skal I komme med nye anbefalinger til fremtidige strategier

4.1. Kom med anbefalinger til en fremtidig sortimentsstrategi til de forskellige salgskanaler, samt anbefaling til fremtidig positionering

4.2. Udarbejd et årshjul til marketing

Med udgangspunkt i den analyserede data, skal I udvikle et årshjul til brug i marketingsafdelingen.

ØNSKET UDBYTTÉ FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med:

- ✓ Kortlægning af interne udfordringer i salgs- og produktionsafdelingen
- ✓ Udvikling af estimeringsværktøj til produktionen
- ✓ Forbrugeranalyse
- ✓ Anbefalinger til fremtidige strategier

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

Økonomi og/eller salg, forretningsudvikling, marketing og formidling, procesteknologi, kvalitative undersøgelser.

TALENTPROFIL

Man vil blive del af en fantastisk bryggerfamilie, hvor man vil komme til at have kontakt med nærmest alle dele af forretningen og dens medarbejdere. Derudover bliver man en del af en virksomhed, som ser talent som noget, skal udforskes under frie rammer, og ikke proppes ned i en bestemt kasse.

Selvom virksomheden har mere end 130 år på bagen, så er de fast besluttet på at følge med tiden og forny sig. Det gør de blandt andet ved at få nogle nye øjne på deres problemstillinger. De leder derfor efter nogle, som vil være med til at gøre en forskel i en virksomhed, som allerede er i gang med en større transformation, og har brug for nogle til at løbe bolden i mål.