

United Wind Force

United Wind Force er en højt specialiseret teknologi og vedligeholdelsespartner inden for europæisk vindenergi, hvis mission er at realisere det fulde potentiale i vindenergi ved at levere en 360 graders vedligeholdelsesløsning og optimere vindmøllernes drift.

Caseforløbets omdrejningspunkt er en digitalisering og automatisering af en obligatorisk olieprøveanalyse i kundernes vindmøller. Olieprøveanalysen giver et indblik i vindmøllens drift og er udgangspunktet for optimeringen kan finde sted.

OVERBLIK

Virksomhed	United Wind Force
Lokation	Frederiksgade 8, 5700 Svendborg
Kontaktperson	Kristian Vissing

VIRKSOMHEDSPROFIL

United Wind Force er en del af den danske vindmølleindustri og har mere end 30 års samlet erfaring inden for salg og vindmølleteknologi. De leverer 360 graders vedligeholdelsesløsninger til et globalt marked, og med deres viden stræber de efter at give producenter og vindmølleejere mulighed for at opnå bedre resultater på deres vindmøllers ydeevne.

United Wind Force har HQ i Svendborg med fem ansatte, yderligere har de aktiviteter i Bergamo, Valencia og Istanbul.

United Wind Force har deres styrke inden for de mekaniske dele og primært på vindmøller, som er produceret ud fra et dansk grunddesign. Det er f.eks. Vestas, Siemens og Gamesa. Derudover er det møller, som er fem år eller ældre. Dette skyldes, at når en ny vindmølle sættes op, så kommer den med en fem års serviceplan fra producenten. Efter de fem år er gået, så er der mulighed for, at eksterne aktører som United Wind Force kan byde ind med rådgivning og vedligeholdelse.

Dette fokus i branchen er den helt store årsag til, at vindmøllernes levetid bliver ved med at blive forlænget. Da de første vindmøller blev sat op, kom de med en levetid på 20 år, men her 40 år senere står de fleste møller stadig, og forventes til minimum at holde yderligere fem år.

Markedet for vindenergi er i massiv vækst og potentialet for virksomheden og for denne cases omdrejningspunkt er stort. Der er en ambitiøs vækststrategi, og i løbet af de kommende år satser UWF på at være operationel på 15 europæiske markeder.

CASEBESKRIVELSE

Vindmølleindustrien står for en større og større del af den samlede energiproduktion verden over og anses for at være den helt afgørende faktor inden for bæredygtig energiproduktion. Ud over antallet af vindmøller er stigende, er fokus også rettet mod møllernes ydeevne og kapacitet.

En vindmølle er en kompleks maskine med mange bevægelige dele, som alle har indflydelse på performancen. Møllen kan eksempelvis dreje sine vinger, så den kan udnytte vinden bedst muligt.

I dag er der ikke en optimal vedligeholdelsesplan for alle møller, hvilket betyder, at der på verdensplan er et tab på omkring 5% af det samlede antal møllers producerede energi, hvilket på verdensplan svarer til at man kan dække Tokyo, Seoul og Shanghai med strøm. United Wind Force har et ønske om at nedbringe energitabet, ved at tilbyde deres værditilbud til flere kunder, samt være en mere aktiv spiller i vidensdeling og dermed gøre det nemmere for vindmølleejere at få større udbytte af deres vindmøller.

Et afgørende punkt i Unites Wind Forces værditilbud er en fortolkning af vindmøllernes obligatoriske olieanalyse.

I dag fortolker United Wind Force olierapporter, men uden mulighed for skalering, da denne proces hverken er automatiseret eller digital.

Derfor er den vigtigste opgave for talentteamet at udvikle et digitalt analyseværktøj, hvor man nemt kan indsætte sine værdier fra olieprøver, og bruge det til sporing af nedslidte dele.

Denne service kan tilbydes til eksisterende kunder og anvendes til at tiltrække nye kunder og er en del af en samlet indsats for at udvide forretningen og få flere tilfredse kunder.

KONKRETE OPGAVER

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

0. Fase: Introduktion til virksomheden og opgaven.

- 0.1. Onboarding og grundig introduktion til opgaven. Herunder diskussion omkring olieanalysen, dens design, samt anvendelse.
- 0.2. Forventningsafstemning: Frekvens af feedback og løbende sparring.
- 0.3. Diskuter de forskellige fase og vægtningen/prioriteringen. Således tiden bliver brugt bedst.

1. Fase: Intern analyse af United Wind Force (vægtning: 15%)

United Wind Force ønsker at blive skarpere på, hvor de gerne vil hen med det nye værktøj, og hvilke informationer de ville kunne bruge efterfølgende til at forbedre deres andre services.

For at give talentteamet en bedre forståelse af produktet, kan den interne analyse udføres således:

- 1.1. Generel introduktion af virksomheden og dens værditilbud. Få en fornemmelse for hvordan produkter/services komplementerer hinanden.
- 1.2. Generel introduktion til olieanalysen.
Det er vigtigt, at talentteamet forstår analysen og de kritiske elementer, som den kan belyse. Herunder grænseværdier, sammenspillet mellem de forskellige værdier osv.
- 1.3. Opnå forståelse for hvordan olieanalysen bliver gennemført i dag og kortlæg selve processen.

- 1.4. Diskuter om olieanalysen skal foretages af United Wind Force, eller som et program kunderne selv kan betjene.
- 1.5. Få indsigt i hvad analyseværktøjet skal genere af oplysninger om kunderne, som kan bruges efterfølgende. Tænk over regler for dataindsamling og behandling(GDPR)
 - Leads:
 - Kundeinformationer:
Navn, Mail, telefon, lokalitet etc.
 - Business intelligence indsigter: Statistik over møllerperformance og driftindsigter. F. eks.:
 - Mølleplacering, model, komponenter, årgang osv.
- 1.6. Hvilken information og viden ønsker United Wind Force, at værktøjet skal give gratis?

2. Fase: Ekstern analyse af kunder og samarbejdspartnere. (vægtning: 15%)

United Wind Force nye analyseværktøj er stadig i idéfasen, og derfor ønsker United Wind Force at få bekræftet, at deres idé giver mening.

2.1. Kundeinterviews

Opstil interviews med relevante personer inden for energisektoren.

Interviewguide kan indeholde

- Hvordan er jeres vedligeholdelsesplan?
- Hvor tit forhandler I jeres vedligeholdelsesplan?
- Hvordan bruger I jeres olieprøver?
- Hvordan sikrer I jer, at møllen kører optimalt og udnytter vindens energi mest muligt?

2.2. Samarbejdspartner (Cowi – Kevin, Tripolog)

Undersøg muligheden for et tættere sammenspil med samarbejdspartnere, og om der er produkter/services, som kan tilføjes til analyseværktøjet.

Interviewguide kan indeholde:

- Hvor ofte foretages der prøver på en mølle?
- Hvilke spørgsmål bliver I ofte mødt med?
- Hvilke andre ydelser tilbyder I sammen med olieprøven?

3. Fase – Udvikling af analyseværktøj (vægtning: 60%)

Ud fra de indsamlede indsigter fra fase 1 og 2, får talentteamet til opgave at udvikle et konkret produkt, som skal fungere som et analyseværktøj til at teste vindmøllernes olieprøver.

3.1. Idéudvikling

Brainstorm jer frem til ideer, som kunne løse de udfordringer, som kunderne har. Den oprindelige idé må gerne udfordres og videreudvikles på.

Brug evt. processer fra LTT-design sprint.

3.2. Udvikling af en prototype samt Test

Ud fra den udvalgte idé skal talentteamet ud at teste jeres prototype i den virkelige verden.

Start med at teste prototypen på medarbejdere internt i virksomheden og folk, som slet ikke har noget med vindmøller at gøre.

Derefter gå over til at teste prototypen sammen med kunder (en kunde kan anvendes, til at teste iterativt).

3.3. Udarbejdelse af Kravspecifikation

Ud fra jeres idé og test at prototype, skal I udvikle en kravspecifikation, som udviklerne i deres udvalgte IT-bureau kan færdigudvikle.

3.4. Hvis teamet selv har kompetencerne kan analyseværktøjet udvikles.

4. Udarbejd en forretningsmodel for "olieanalyseværktøjet" (vægtning: 10%)

United Wind Force ønsker, at deres analyseværktøj kommer ud til vindmølleparkerne og hjælper ejerne med at optimere deres produktion.

4.1. Finde på et godt navn til servicen

4.2. Indtægtsstrømme: er der mulighed for indtjening, eller skal servicen udelukkende genere Leads til newbizz.

4.3. Hvad er de unikke værditilbud ved United Wind Forces analyseværktøj?

4.4. Hvem henvender værktøjet sig til?

- Hvor stort et budget kræver det at udvikle servicen og driftsomkostningerne.

4.5. Hvordan sikrer vi et internationalt fokus (EU)? Kan produktet åbne op for andre markeder og har det betydning for designet af værktøjet?

ØNSKET UDBYTTTE FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med:

- ✓ Udarbejdelse af et digitalt analyseværktøj til formidling af virksomhedens viden og erfaring indenfor olieanalyse.
- ✓ En udviklet pretotype/prototype med tilhørende kravspecifikation

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

Forretningsudvikling, digital markedsføring, user experience (UX), it/datalogi, civilingeniører (inden for teknologi, produktion, innovation, maskinteknik), kvalitativ analyse.

TALENTPROFIL

United wind force befinder sig i en branche i udvikling og som oplever stor vækst. Personerne bag virksomheden har mange års erfaring fra branchen, men selve virksomheden United Wind Force er relativt nyopstartet og stadig i en organisk vækstfase. Det er en flad organisation med højt til loftet og man kan som talentteam forvente en tæt dialog med ansvars personer. Virksomhedens kompetencer er på det faglige og forretningsudviklende, så digitalisering og programmering af denne type udviklingsprojekter har man ikke internt. Teamet skal derfor forvente at være selvkørende på det IT-tekniske, såsom programmering. Hvis man interesserer sig for bæredygtig energi og har emnerne til at digitalisere processer, er der her et godt match. Virksomheden holder til i et startupmiljø nær Svendborg havn.