

EA Værktøj

EA Værktøj er en af Danmarks største leverandører af værktøj, beslag og sikkerhedsudstyr, og har i dag 7 fysiske butikker og en webshop.

EA Værktøj er en gammel familiedrevet virksomhed, som er i gang med en stor digitalisering. I den proces skal case teamet ind og skabe en digital markedsføringsstrategi, som sikrer et godt sammenspil mellem den nye hjemmeside og udvalgte sociale platforme.

OVERBLIK

Virksomhed	EA Værktøj
Lokation	Snaremoosevej 186 – 7000 Fredericia
Kontaktperson	Heine V. Andersen, Drift og Udviklingsdirektør

VIRKSOMHEDSPROFIL

EA Værktøj tilbyder Danmarks største værktøjs- og beslag sortiment, med over 150.000 relevante varenumre inden for værktøj, beslag og personligt sikkerhedsudstyr, samt tilknyttede artikler til byggeri og industri. EA Værktøjs primære kundegruppe er den professionelle bruger inden for håndværk og industri.

HISTORIE

Erik Andersen - i daglig tale EA - grundlagde firmaet tilbage i 1961 i Fredericia som en traditionel isenkræmmer forretning, hvor der blev solgt alt fra skruer og søm, til potter og pander. Efter starten i små lokaler, som hurtigt blev udskiftet til de nuværende lokaler i Købmagergade i 1963, blev der udvidet med yderligere en afdeling i Middelfart i 1965, Vejle i 1968, Esbjerg i 2006, Odense i 2007, Aarhus i 2008 og Brøndby i 2016 – og virksomheden har undervejs udviklet sig fra isenkræmmer virksomhed til at blive en stor engros forretning.

I 1996 blev der foretaget et generationsskifte og en opdeling af virksomheden, hvor sønnerne Peter og Jørgen overtog den daglige ledelse efter Erik Andersen, og fokuserede på værktøj og maskiner, mens pigerne i familien fokuserede på potter og pander, som blev en del af IMERCO.

Firmaet er gennem årene vokset støt og beskæftiger i dag 100+ medarbejdere fordelt på syv butikker, en webshop og central administration. Traditionelt set har de enkelte butikker selv været ansvarlige for indkøb, økonomi, salg og markedsføring mv, men i dag har man sammenlagt funktionerne på HQ i Fredericia for at få bedre styring, indkøbsaftaler og generelt udnytte synergierne bedre.

EA Værktøjs varesortiment og serviceydelser har gennem årene taget en kraftig drejning, og dækker i dag bredt over forespørgsler fra såvel gør-det-selv folket, arkitekter, professionelle håndværkere, industrien om det offentlige. Omsætningen kommer primært fra disse 3 segmenter, med den professionelle håndværker som klart største segment.

- Håndværksmester (1-150 ansatte) tømre/snedker
- Industri
- Transport virk, havne relateret, renovation ect.

Det betyder også at deres tætteste konkurrenter er forhandlere som Carl Ras og Brødrene Dahl.

Virksomheden har traditionelt set været drevet af godt købmandskab og relationelt salg, og man har overtiden også vækstet meget i antal sælgere, og har i dag 25 faste sælgere fordelt over hele landet.

I 2015 lancerer EA Værktøj en ny hjemmeside med en online afsætningskanal, som supplement til det fysiske salg, og det bliver starten på en digitaliseringsrejse, som stadig er under udrulning. Heine Andersen tiltræder i 2018 som Drift og Udviklingsdirektør. Heine kommer med en baggrund som digital forretningsudvikler fra blandt andet thansen og skal hjælpe EA Værktøj med den digitale rejse, herunder at skabe en bedre proces og sikkerhed for datagrundlaget for hele varesortimentet, samt optimering af lagerstyringen og udvikling af e-commerce løsningen.

I DAG

I dag er man godt i gang med at digitalisere og automatisere datagrundlaget for de mange varenumre og det er en forudsætning for at kunne lave en god e-commerce løsning. EA Værktøj har selv udviklet et Product Information Management system, hvor varedata fra alle leverandører bliver samlet og kvalitetssikret. Det er med udgangspunkt i denne data, sammenholdt med indsigter omkring kundernes behov og adfærd at den nye e-commerce løsning skal designes.

Generelt set sker der meget i branchen, og flere konkurrenter er allerede på markedet med mere digitale løsninger, men det er vigtigt for EA Værktøj at man rammer kunderne der hvor de er, også i forhold til deres digitale udvikling. En væsentlig del af denne case bliver derfor at undersøge hvor de forskellige håndværkere er henne på den rejse.

KULTUR OG UDVIKLING

EA Værktøj befinder sig i en transformationsfase, som både indeholder en digital udvikling og en centralisering, hvor dele butikkernes ansvar og opgaver flyttes til HQ i Fredericia og centraliseres.

Det har betydning kulturelt i organisationen, hvor forandringsledelse er en del af hverdagen. Generelt er der en positiv stemning og et højt ambitionsniveau over at være med på en udviklingsrejse, som fortsat skal sikre EA Værktøjs forretningsgrundlag.

CASEBESKRIVELSE

EA Værktøj ønsker at udvikle forretningen mere digitalt, og lære noget af de online spillere som f.eks. frishop.dk, som leverer professionelt udstyr til det private segment, eller af Biligarbejdstøj.dk, som sælger arbejdstøj online, men man holder fast i den fysiske kerneforretning, hvor kunderne kan mærke kvaliteten og have en personlig dialog med en sælger.

Det er kombinationen mellem det fysiske univers og de digitale platforme som skal sikre EA Værktøj de konkurrencemæssige fordele, ved at kunne imødekomme forskellige typer kunder og deres behov for både hastighed og konkurrencedygtige priser, men også muligheden for den personlige betjening og rådgivning, som en klassisk engros forretning.

Grundlæggende er det forskellige, og til tider modstridende, modeller der skal til for at lykkes med det fysiske og det digitale salg af virksomhedens produkter, særligt hvis den digitale udvikling af forretningen også skal inkludere B2C.

Som engros virksomhed afsættes stort set alle vare til virksomhedskunder med en firmaaftale, så de opnår gode aftaler og priser.

Online slag kræver typisk en anden prissætning, særligt hvis man henvender sig til private også.

Case teamet skal derfor ind og skabe klarhed over kundernes behov og online adfærd, for derigennem at lave en digital strategi med fokus på EA Værktøjs nye hjemmeside og de digitale platforme omkring den. I arbejdet med strategien er det væsentligt at forholde sig til den digitale kunderejse, herunder hvordan EA Værktøj skaber trafik og konverteringer.

Strategien skal give anledning til en konkret eksekveringsplan for marketing aktiviteter og indsatser, som styrker EA Værktøjs digitale tilstedeværelse.

KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser, og 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 virksomheden og opgaven.
Herunder diskussion omkring den digitale snitflade med den klassiske detail handel og udfordringerne omkring medindflydelse. Samtale omkring markedsanalysen og prioriteringer/afgrænsninger.
- 0.2 Forventningsafstemning: Frekvens af feedback og løbende sparring.
- 0.3 Diskutér de forskellige faser og vægtningen/prioriteringen, sådan at tiden bliver brugt bedst.

1. Fase: Analyse af det digitale landskab for EA Værktøjs produkter (Vægtning 30%)

- 1.1 Hvor langt er EA Værktøj i den digitale udrulning?
- 1.2 Hvilke digitale markedsføringskanaler og aktiviteter er i dag operationelle?
- 1.3 Hvilke segmenter henvender EA Værktøj sig til og hvem er målgruppen for den digitale indsats?
- 1.4 Beskriv og kortlæg den digitale kunderejse i dag.
- 1.5 **Målgruppe analyse:** få indsigter omkring nedenstående igennem interviews, fokusgrupper, paneler, eller spørgeskemaer og desk-research.
 - Behov, adfærd og karakteristika
 - Hvem står for indkøb i virksomhederne?
 - Hvad tillægger de mest værdi i en købsproces?
 - Produkt fit – hvilket produktkategorier/sortiment købes online?
 - Søgeordsanalyse: SEO, SEM – hvad søger kunderne på?
 - Hvad ligger der af data på forbruger adfærd på nuværende site?

- Øvrige karakteristika kan evt. indhentes igennem interviews og spørgeskemaer
- Behov
 - Krav
 - Priser

- Forventninger
- Demografi etc.

- Overvej både kvalitative og kvantitative undersøgelser. Det kan være interviews som svarer på "hvorfor" spørgsmål eller spørgeskemaer som undersøger hvad, hvor ofte, hvor osv.
- Brug evt. intern salgsafdeling til at få indsigter om kundernes behov

1.6 Konkurrentanalyse:

- Beskriv konkurrencesituationen – Bred og snæver konkurrence.
- Fordeling af markedsandele på udvalgte segmenter
- Hvordan har konkurrenterne bygget deres e-commerce setup op, f eks hvilke online platforme anvender de til at skabe trafik på hjemmesiden.
- Hvilke værktøjer bruger de for at konvertere bedre?

1.7 Udvikling og trends i markedet?

1.8 Estimering af markedspotentiale.

2. Fase: Anbefaling til digital strategi og Inbound Marketing: Med afsæt i undersøgelserne om markedet, kunderne og generelle trends fra fase 1, skal der udarbejdes en digital strategi, som sikre øget trafik og konvertering på hjemmesiden. Brug evt. nedenstående opbygning som inspiration (**Vægtning: 30%**)

2.1 Situationsanalyse:

- Hvor er EA Værktøj digitalt i dag?
- Hvad er udfordringer og styrker?
- Hvor vil man gerne hen?

2.2 Kortlægning af digitale KPI'er:

- Hvilke målepunkter er vigtige for succes? (brug SMART mål)

2.3 Økonomiske mål & Budget: Lav udkast til budget for digital indsats

- Bud på trafik fordelt på kilder
- Konverteringsrater
- Omsætning
- Omkostninger m.m. (få godkendt budget ramme fra start, så strategi bliver tilpasset virksomheden overordnede budget)

2.4 Konkurrentanalyse:

- Hvem er EA Værktøj konkurrenter, og hvordan performer de digitalt?
- Lav gerne en konkurrent-matrix, hvor I scorer konkurrenterne på udvalgte parametre – eksempelvis performance på de forskellige online kanaler, sites funktionalitet mm.

2.5 Efterspørgselsanalyse:

- Hvad viser undersøgelserne fra fase 1 omkring hvad målgruppen efterspørger online?
- Hvordan skal produktsortimentet sammensættes?
- Hvilke produkter og ord skal EA Værktøj basere deres SEO, SEM og content marketing ud fra?

2.6 Markedsanalyser:

- Hvilke markeder skal strategien fokusere på?

2.7 **Målgruppeanalyse:**

- Beskriv findings fra fase 1 omkring målgrupper, adfærd og præferencer.

2.8 **Mediestrategi:**

- Hvilke medier skal EA Værktøj benytte til at kommunikere med målgruppen?
- Hertil defineres mediernes/kanalernes rolle i kunderejsen. F eks FB og LI.
- Prøv at kortlægge kunderejsen med relevante kontaktpunkter.
- Sikre rød tråd i kommunikationen på tværs af kanaler.

2.9 **Kortlægning af organisationen:**

- Hvilket organisatorisk setup kræves det for at indfri de forretningsmæssige mål og eksekvere planen?

3. Fase: Eksekvering af strategi: I denne fase skal I udrulle strategien og starte eksekveringen. Sørg for at teste løbende. **(Vægtning: 40%)**

- 3.1 Udarbejd en eksekveringsplan for marketing aktiviteter og indsatser på sociale medier. (e-mail marketing, SoMe, Annoncering, kampagner etc. Jf. budget)
- 3.2 Lav en "content plan" og begynd udvikling af relevant content baseret på indsigterne fra fase 1 omkring hvad der giver kunderne værdi.
- 3.3 Begynd SEO og evt. SEM plan
- 3.4 Kom med anbefaling på optimeret kunderejse og oplagte steder for marketing automation.
- 3.5 Test / feedback fra kunder

ØNSKET UDBYTTET FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med:

- ✓ Analyse af markedet, målgruppen og deres behov og adfærd.
- ✓ Digital strategi, som kan operationaliseres
- ✓ Operationel plan for implementering og drift
- ✓ En test-plan som hjælper med løbende tilpasning af indsatser.

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

Har man interesse og/eller forståelse for håndværkerfaget og branchen generelt er det et plus, men ikke et krav.

- Digitale profiler, evt. med forståelse for e-handel, automation og inbound Marketing
- Marketing profiler, kommunikation, formidling, content creation mv.
- Data indsamling- og behandling, samt analyse
- Strategi, koncept og forretningsudvikling

TALENTPROFIL

EA Værktøj er en familievirksomhed under stor udvikling, og som er i gang med en digital transformation som skal sikre den fremtidige vækst. Det er et strategisk vigtigt projekt at lykkes med, og der forventes derfor en professionel tilgang til opgaven og case teamets deltagelse.

Talenterne vil være i daglig dialog med Heine og Tim, som er ansvarlige for udviklingsprojekter og marketing. Heine kommer med solid erfaring fra Thansen og deres digitale/fysiske succes.

EA Værktøj er en købmandsforretning, og det betyder at man vil have grundig begrundelse inden man investere, særligt i digitale og online aktiviteter. Derfor er det vigtigt først at forstå kulturen på arbejdspladsen, inden man designer løsningerne.

EA Værktøj er også en forretning for håndværkerne, og det betyder at der er en uformel tone, godt humør og til tider en direkte tiltale. Det kommer måske af, at det er en mandsdomineret verden og arbejdsplads.

Det forventes at man som talent kan tale i øjenhøjde og ikke udelukkende formulere sig i lange teoretisk og akademiske vendinger.

Er man som talent interesseret i at dygtiggøre sig inden for digital markedsføring, får man her en god mulighed for at komme med på en rejse.