

# Kanpla

Kanpla skabt med det formål at bringe kantinerne ind i den digitale tidsalder. Dette gøres med fokus på at reducere madspild, øge omsætning for køkkenerne samt at skabe en nemmere hverdag både for køkkenerne og deres kunder. Kanpla har på knap 2 år allerede etableret sig på markedet overfor bla. folkeskoler og catering-firmaer og er nu klar til at skalere virksomheden ved at udbygge platformen til virksomhedskantiner.

CASE: Gennem casearbejdet skal der udføres en markeds- og målgruppeanalyse med henblik på videreudvikling af Kanplas nuværende koncept og digitale platform samt udarbejdes en go-to-market-strategi imod Kanplas nye kundesegment; virksomhedskantiner

## OVERBLIK

Virksomhed	Kanpla
Lokation	Inge Lehmanns Gade 10, 8000 Aarhus C
Kontaktperson	Peter Bæch, CEO

## VIRKSOMHEDSPROFIL

Kanpla er en online bestillingsplatform, der forbinder køber og sælger af kantinemad med fokus på brugervenlighed. Ideen for platformen opstod på baggrund af to kernegrundsten: lysten til at minimere madspild i kantiner og det faktum at kantinebranchen generelt er bagud på digitalisering.

Kanpla er i dag den komplette kantineløsning til skoler, som muliggør kontantfri betaling, samt online forudbestilling af mad. Deres løsning er en todelt platform, som er udviklet med brugeren i fokus. På den ene side har de en kantineplatform, hvorpå kantine nemt og hurtigt kan dele madplaner, se bestillinger og gå på opdagelse i statistik mv., hvilket muliggør driften af en effektiv, online kantine. På den anden side har de en visuel flot platform og app, hvorfra forældre og elever nemt og hurtigt kan forudbestille kantinemad. Kanplas effektive Scan & Go system giver hurtigere betjening ved afhentning af forudbestilt mad, samt mulighed for at købe kontantfrit i skolernes kantiner.

Kanpla er skabt med det formål at bringe kantinerne ind i den digitale tidsalder. Dette gøres med fokus på at skabe en nemmere hverdag både for køkkenerne og deres kunder. Køkkenerne sparer timers administration dagligt og får en salgskanal, der har vist sig at øge omsætningen med 30-50% foruden at reducere madspild.

Kanpla er en ung virksomhed og arbejdede sammen med deres først testkantine i januar 2020 og videreudviklede platformen i samarbejde med dem. I april tog de yderligere 6 nye kantiner ind og over sommeren blev platform og koncept færdigudviklet og da Kanpla nåede december 2020, havde de 150 salgsteder i deres portefølje. Kanpla har siden været nomineret til EY Entrepreneur of the Year, blevet bevilget en Innobooster, samt taget del i en af Europas førende acceleratorforløb: Accelerace, hvor de blev kåret til "Most likely to become a Unicorn" samt været finalister i SDG Tech Awards i kategorien årets bæredygtige tech virksomhed. De

sidder pt 6 mand fuld tid hvoraf 3 af dem programmerer og 3 af dem sidder med forretningsudvikling og salg.

Deres fleste af deres kunder er folkeskoler, både private og kommunale, og Kanpla er gået fra at forhandle med de enkle skoler, til nu at forhandle med store kommuner som Aarhus og Københavns kommune, om at skulle tilbyde deres system til alle skolerne i de enkle kommuner.

De arbejder ud fra overbevisningen om at være bedst for nogle få, og derved skabe større værdi for den enkle end den enkle investerer i Kanpla. Der findes i øjeblikket andre platforme som løser udfordringen med betalingsløsninger som ikke involverer kontanter og dankort, men der er ingen konkurrenter på markedet som har samme kombination af services til både kantine og bruger som Kanpla har. De har en brugertilfredshed på 98% og forventer at øge deres omsætning med 300% over det kommende år.

Kanpla har skabt disse resultater på knap 1 års drift og samtidig fået etableret sig som førende udbyder på skolemarkedet og er ved at bryde igennem ved cateringfirmaer og kommuner, og er nu klar til at skalere virksomheden yderligere ved at udbygge platformen til virksomhedskantiner.

## CASEBESKRIVELSE

Kanpla har indledt dialoger med nogle enkle virksomhedskantiner for at få en fornemmelse af markedet og dets behov. Umiddelbart er deres vurdering at mange virksomhedskantiner (ligesom skolekantinerne) også er bagud på digitalisering og at mange af deres processer foregår manuelt. Fx oplever Kanpla at samme kantine kan modtage orde både på telefon og mail, og skriver deres ordre i hånden i en kalender og/eller på post-its i køkkenet. De vurderer derfor at deres platform for mange kantiner vil kunne:

- sparer hver kantine for mange timers administration hver dag
- højne kommunikationen til medarbejderne (kantinekunderne)
- minimere det nuværende niveau for madspild

Kanpla vil gerne i gang med at videreudvikle deres platform og til dette arbejde, vil de gerne engagere et team af talenter som kan bidrage til at lave nogle undersøgelser af markedet og kunderne, og kortlægge deres behov og udfordringer med henblik på at idegenere og videreudvikle på Kanplas platform.

Teamet skal udvikle på den eksisterende platform med udgangspunkt i brugernes behov og med et fokus på at skabe en øget værdiskabelse, som ud over de nævnte fordele, kan bidrage til en forøget omsætning hos kantinerne. Kanpla har selv de fornødne ressourcer til at lave den tekniske udvikling, men vil gerne have konkret hjælp og sparring til at konceptudvikle med brugerne i fokus samt et forretningsperspektiv på platformens moduler.

Kanpla har udviklet en nuværende platform med brugeren i centrum og denne tilgang vil også være udgangspunktet for dette caseforløb, hvor der er lagt op til at arbejde ud fra metoden Design Thinking. En tilgang til innovation og udvikling som teamet vil blive introduceret til, under et 3 dages kursus hos LEAD THE TALENT.

## KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser:

### 0. FASE 0 - Onboarding

- 0.1 Introduktion til virksomheden, strategi, services, kerneydelser, forretningsmodel, organisation, kunder, nuværende markeder, salg, markedsføring ect.
- 0.2 Grundig introduktion til platformen og dets moduler, funktioner og muligheder.
- 0.3 I samarbejde med Kanpla formuleres ud fra deres nuværende kendskab til målgruppen nogle hypoteser om målgrupperne og deres behov.
- 0.4 Planlæg undersøgelsesdesign for fase 1 og 2.
  - 0.4.1 Udarbejd et undersøgelsesdesign som kombinerer kvalitative og kvantitative metoder til at opnå indsigt omkring de stillede spørgsmål.
  - 0.4.2 Det afstemmes med Kanpla hvilke virksomheder, kantiner, individer mv. de allerede har en god kontakt til, og I dermed kan inddrage i undersøgelsen. Gennem undersøgelsen vil I også få kortlagt hvilke segmenter som evt. mangler at være repræsenteret i undersøgelsen. Find i samarbejde med Kanpla ud af hvordan der skal skabes kontakt til disse.
  - 0.4.3 Ud over deskresearch, observation, kvalitative interviews og supplerende kvantitativ dataindsamling har Kanpla også et ønske om, at alle teammedlemmer arbejder min. 1 dag i en kantine, som en del af deres fieldresearch og erfaringsgrundlag for den videre udvikling.

### 1. FASE 1 – Dataindsamling / brugerundersøgelse

Dataindsamling for at finde ud af mere om kunderne og deres behov. Undersøgelse kan dele op i 3 fokusområder: kantinerne, slutbrugerne (medarbejdere/kunder i kantine) og virksomhederne.

#### 1.1 Undersøgelse af kantinerne

- 1.1.1 Hvem er målgruppen og hvordan ser den ud? Kanpla ved at der ca. eksistere 3000 virksomhedskantiner men hvordan kan virksomhedskantinerne deles yderligere op i nogle mindre kategorier (nicher) / forskellige typer af kantiner, fx i forhold til af ejerskab, forretningsmodel og antal ansatte i kantine. Type af kontraktindgåelse med virksomheden- eje/leje/drift forhold ect. Er der nogle fælles karakteristika ift. str. på virksomheden som kantine servicere fx ift. antal ansatte, branche, m2 ect? Hvor mange kantinevirksomheder er der i hver kategori? Hvem er beslutningstagerne for at købe Kanplas system?
- 1.1.2 Hvad er de forskellige værditilbud? Hvilke tilbud har kantinerne til kunderne? Fx i den "alm." kantine, i form af mødeforplejning, mulighed for at købe varer eller måltider med hjem ect.
- 1.1.3 Hvilke betalingsformer benytter kantinerne nu? Hvilke systemer bruger de i dag? Hvilke led er digitaliseret?

1.1.4 Hvilke præferencer og behov har de? Deres udfordringer – pains & gains: Hvordan foregår en arbejdsdag, hvilke rutiner, processer/arbejdsopgaver er der- og hvilke udfordringer er forbundet hertil? Hvilke administrative opgaver og udfordringer har de? Kan der tages imod forudbestillinger og hvordan? Hvordan kommunikerer der med kunderne? Hvad er deres udfordring ved at skulle bruge et system som Kanpla? Har de en bæredygtighedsstrategi? – hvad går den ud på og inkluderer den fokus/indsatsområder omkring madspild og/eller affaldssortering?

## 1.2 Undersøgelse af slutbrugerne (kantinens kunder/medarbejderne)

1.2.1 Fx vil kantinekunderne være villige til at forudbestille mad eller blot meddele om de har tænkt at benytte kantine den pågældende dag? Har kantinekunderne behov som kantine for nuværende ikke dækker? Fx levering til møder, konferencer og events eller for den enkle mulighed for at købe aftensmad med hjem, eller bestille mad til private arrangementer ect.

1.2.2 Har det betydning for dem at kantine tænker over madspild? Hvordan oplever de kommunikationen med kantine ud over når de handler der.

## 1.3 Undersøgelse af virksomhederne (ledelsen i de virksomheder hvor de fx udlejer til en kantine):

1.3.1 Hvordan afregnes der mellem virksomhed og kantine?

1.3.2 Hvordan oplever de kommunikationen med kantine?

1.3.3 Har de en bæredygtighedsstrategi? – hvad går den ud på og inkluderer den fokus/indsatsområder omkring madspild og/eller affaldssortering? Hvilke krav stiller de til deres leverandører ift. Bæredygtighed?

1.3.4 Hvilke fordele /ulempere kunne de se ved brug af Kanpla?

## 1.4 Opsamling af indsigter

1.4.1 Definerer af segmenter og deres behov (pains & gains)

1.4.2 Hvor kan Kanpla skabe størst værdi? Skab nogle temaer I vil arbejde videre med.

1.4.3 Afsøg kvantitative data, der kan validere og sikre evidensberettigelse af indsigterne fra de kvalitative interviews.

1.4.4 Specificere viden om de 3 målgrupper i et dokument.

## 2. FASE 2 – Markedsanalyse

Dataindsamling for at finde ud af mere om det marked Kanpla bevæger sig ind på. Denne fase skal ikke være særlig omfattende, men blot give en umiddelbar indikation på de nævnte parametre.

2.1 **Markedets str.** - Hvor stort er markedet?

2.2 **Konkurrenter** - Hvilke eksisterende leverandører findes på markedet som er i direkte eller indirekte konkurrence med Kanpla? Kig evt. også på det udenlandske marked.

2.2.1 Priseniveau og prisstruktur blandt konkurrenter.

- 2.2.2 Hvad er deres deres USP og værditilbud? Hvor er der overlap med Kanplas?
- 2.2.3 Hvilke salgs- og markedsføringskanaler bruger de- og hvordan markedsfører de sig? (mhp best practice).
- 2.2.4 Hvordan fungerer deres brugerflade (har de tænkt kommunikation til medarbejderne ind i deres løsning?)
- 2.2.5 Er der evt. nye leverandører på vej ind på markedet?
- 2.3 Positionering** - Hvor adskiller Kanpla sig fra konkurrenterne og hvordan skal Kanpla positionere sig?
- 2.4 Forretning** - Hvad kan Kanpla have af forventning til oms./mulige markedsandel på det danske marked?

### 3. FASE 3 Ideudvikling og arbejde med muligheder

#### 3.1 Udvikling af konceptet med udgangspunkt i indsigterne fra fase 1 og 2

- 3.1.1 Hvilke eksisterende moduler/funktioner kan løse de nuværende udfordringer?
- 3.1.2 Hvilke moduler kan tilpasses?
- 3.1.3 Hvilke moduler/dele af det nuværende værditilbud skal helt undlades?
- 3.1.4 Hvilke udfordringer/behov bliver ikke mødt af moduler/funktioner på den eksisterende platform og dermed skal udvikles? Hvor dybt skal de enkelte moduler stikke, hvad skal de kunne, hvad skal de ikke kunne? Hvor mange forskellige moduler skal udbydes og hvad skal være repræsenteret?
- 3.1.5 Ideudvikling inden for hvert tema - mindst 2 designs af altting

#### 3.2 Produktudvikling og design

- 3.2.1 Efter første ideudvikling udarbejdes nogle mock-ups /dummies i samarbejde med Kanplas programmører. Kanpla har software til at udarbejde "dummies" og talenterne vil selv få lov at lege med programmet.
- 3.2.2 Fremlæg for ledelse

#### 3.3 Test gennem brug af mock-up

- 3.3.1 Afprøvning af mock-up. Gennem brug, test og dialog omkring den udarbejdede mock-up kvalificere jeres ideer sammen med udvalgte brugere.
- 3.3.2 Erfaringsopsamling.
- 3.3.3 Gentag processen om nødvendigt hen imod en endelig prototype.

### 4. FASE 4- Konceptbeskrivelse og Go-to-market-strategi

#### 4.1 Udform konceptbeskrivelse bestående af fx følgende punkter:

- 4.1.1 Konceptbeskrivelse
- 4.1.2 Behovsafdækning og kunde profiler - Fastlæggelse af målgruppe, segmenter og evt. nogle persona'er.
- 4.1.3 Brugerflade / univers / design evt. visualisering af universet
- 4.1.4 Indhold / content /moduler /funktioner
- 4.1.5 Software specifikation – hvad kræver det ift. programmering

**4.2 Go-to-market-strategi:** Hvilke ændringer bør foretages for at positionere sig på den rette måde til det nye marked i forhold til målgruppen og evt. konkurrenter? Herunder forhold jer til:

- 4.2.1 Kanplas USP
- 4.2.2 Værditilbud (hvor kan Kanpla skabe størst værdi, hvilke prioriteringer skal foretages fx i forhold til målgruppen?)
- 4.2.3 Prisfastsætning
- 4.2.4 Services og funktioner (Hvad kan skæres fra og hvad bør tilføjes?)
- 4.2.5 Indsatser og omkostninger for at opnå de ønskede markedsandele? Fx ift. organisering, markedsføring, salg ect. Hvordan opnår Kanpla bedst kontakt til den ønskede målgruppe? (Kom evt. med bud på en salgs- og marketingsstrategi.)
- 4.2.6 Hvilket marketingstryk bør Kanpla ligge i forbindelse med lancering?
- 4.2.7 Udkast/bud på etablerings-/produktionsomkostninger for konceptet i en færdig udgave samt forecast på prissætning og indtjeningsmuligheder for konceptet.

## ØNSKET UDBYTTTE FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med:

- ✓ En forståelse af målgruppen og deres behov (pains & gains) gennem kvalitative undersøgelser.
- ✓ Et gennemtænkt koncept udviklet i samarbejde med fremtidige kunder og en konceptbeskrivelse som bla. definerer hvorvidt konceptet efterkommer et behov i markedet.
- ✓ En go-to-market-strategi som kan danne beslutningsgrundlag for hvorvidt Kanpla skal forsætte udviklingen af en prototype imod en lancering.
- ✓ Som min. 1 mock-up på konceptet. Gerne en prototype/betaversion som er så tæt på lancering som muligt.

## RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

Nøgleord, interesser, faglig viden og udd. retninger

- Konzeptudvikling / design / innovation (fx Oplevelsesøkonom / UX'er)
- Design thinking / kvalitative og kvantitative undersøgelsesmetoder.
- Ledelse og organisationsudvikling / økonomisk forståelse / salg/ forretningsudvikling / kommerciel forståelse / udarbejde forretningsmodeller (fx Cand. Merc./ Handels-, markedsførings- eller serviceøkonom).
- Digitalisering / web / IT / programmering
- Kommunikation

Åbne for andre bud fra det humanistiske felt til det samfundsvidenskabelige.

## TALENTPROFIL

Om arbejdsplads og hvem du skal være for at passe ind ifht personlige kompetencer mv.

De forsøger at skabe rammerne for et fedt sted at være og ligger op til at man som medarbejder har ret frie rammer til at skabe sit bidrag. De spiser ofte aftensmads sammen og lever efter mottoet "*success through happiness*". Det nuværende team er forholdsvis ungt og de 6 ansatte befinder sig mellem 20 og 26 år.

Du bliver en del af en virksomhed med fuld fart på og bræder for det de laver.

Kanpla ser gerne at der kommer team medlemmer på holdet som er ekstroverte, som ikke er bange for opsøgende kontakt og har et stort gå-på-mod. Du skal være agil, tro på projektet, ikke være bange for at tage skridtet og skabe fremdrift.

Dertil er det en fordel hvis du brænder for bæredygtighed og grøn omstilling, og især i forbindelse med madspild.

Det er desuden et ekstra plus hvis du synes salg er spændende.