

Hella Gutmann Nordic

Hella Gutmann Solutions er en tysk ejet bildiagnose producent. I Virksomhedens danske datterselskab er den primære opgave at producere biltekniske service og reparations data, der sælges på licensbasis, og som også indgår i virksomhedens diagnose testere. Derudover varetager Hella Gutmann i Danmark salget i de nordiske lande, med bl.a et datterselskab i Norge.

Hella Gutmann ønsker strategisk at få implementeret FN17s verdensmål, specifikt verdensmål 4 –kvalitets uddannelse og verdensmål 9 innovation og infrastruktur. Virksomheden ønsker at få udviklet et nyt uddannelseskoncept rettet mod mekaniklærlinge og en læringsportal rettet mod mekaniker svende. Caseteamet skal derfor gennemføre undersøgelser hos udvalgte segmenter og målgrupper for at forstå deres behov. Case teamet skal endvidere analysere og komme med konkrete forslag til hvilke elementer et uddannelses koncept skal indeholde. Indsigterne skal anvendes til udarbejdelse af en anbefaling til et partnerskabskoncept for uddannelse og læring.

OVERBLIK

Virksomhed	Hella Gutmann Solutions A/S (salg og marketing)
Lokation	Lundeborgvej 16, 8800 Viborg
Kontaktperson	Lars Bertz Thomsen - Managing Director

VIRKSOMHEDSPROFIL

Hella Gutmann i Skandinavien

Hella Gutmann Solutions i Danmark, tidligere kendt som Tolerance Data, er grundlagt tilbage i 1956 og har siden etablering udviklet Biltekniske service og reparationsdata i standardiseret form. Virksomheden blev tilbage i 2006 købt af Hella koncernen og har siden 2009 været en del af joint-venture virksomheden Hella Gutmann Solution der siden 2011 nu er 100% ejet af Hella i Tyskland. Hella Gutmann i Skandinavien beskæftiger i dag 64 personer, med salgsselskab i Norge og lokale salgs repræsentanter i Sverige og Finland. Hella Gutmann i Skandinavien har en omsætning på 80 mio DKK.

Værdier og politikker

Hos Hella Gutmann vil man gerne bidrage til en bæredygtig verden – både gennem de løsninger og services, som virksomheden tilbyder markedet og ved konstant at arbejde for Right to repair og dermed fri og lige adgang til bilens data og information. I virksomhedens Tyske hovedsæde, har man de seneste år arbejdet med et projekt: "HGS for LIFE", hvor der er fokus på at anvende bæredygtige produkter både i produktion som i administrationen.

De værdier og politikker der driver virksomheden i Viborg er

- Klare og målbare mål
- Virksomhedens skal skabe forudsætningerne for målopfyldelse kan være tilstede
- Konstruktiv feedback gives regelmæssig
- Vi skal være fokuseret og effektive
- Motivation skal drive målopfyldelse i alle afdelinger
- Klar kommunikation gennem hele virksomheden

Målgrupper og segmenter



Hella Gutmann er en B2B virksomhed, som arbejder sammen med en lang række målgrupper i den automotive branche; fra grossister bilreservedele der leverer til frie uafhængige værksteder til rudemontører og skades reparations værksteder. De kompleksiteten i en moderne bil er kraftig stigende, er fokus i stigende grad på, hvordan Hella Gutmann Solutions kan skabe mere værdi automotive branche ved at sælge systemer, løsninger og viden fremfor blot at være en udstyrsleverandør. Segmenterne som Hella Gutmann beskæftiger sig med er både autoværksteder, grossister, rudereparation, undervisnings institutioner, katalog udbydere hvori biltekniske data indgår.

Udfordringen og mulighederne

Tiltrækningen til en læreplads på et frit værksted er i dag i dag i skarp konkurrence med andre brancher og fag, hvor attraktiviteten synes større. De små årgange gør det på den ene side svært at tiltrække nok unge til faget, samt bilens kompleksitet i dag gør, at der stilles endnu større krav til kompetencer og viden end det gjorde for år tilbage. Viden og adgang til rigtig information er i dag blevet et endnu større differentieringsfaktor i konkurrencen om at sælge den næste diagnosetester, og den stigende digitalisering gør, at søgningen efter det næste produkt eller den rigtige tekniske løsning, gør at søgningen i højere grad foregår på nettet, frem for hos grossisten. Grossisten har i dag stadig en stor indflydelse på hvilket udstyr som et værksted skal have, hvilket besværliggør muligheden for at uddanne værkstederne i de nyeste produkter og viden fra Hella Gutmann. Sidst men ikke mindst ser Hella Gutmann en mulighed for at tilbyde værkstederne komplette tekniske løsninger, som både indeholder produkter og systemer samt viden og uddannelse.

CASEBESKRIVELSE

For at kunne øge afsætningen af kvalitetsløsninger og produkter til servicering og fejlfinding af biler på autoværksteder kræver det, at Hella Gutmann kommer i tættere kontakt med uddannelses institutionerne og at der bliver skabt en online læringsplatform så alle mekanikere har lige adgang til viden, så der derved bliver skabt en "route-to-market" til mekanikerne. Derfor ønsker Hella Gutmann at udvikle et program for uddannelses partnerskaber med forskellige typer af uddannelses institutioner, samt udvikling af en læringsplatform hvor der skabe opnås videns tilgang gennem et online miljø.

Fordelene ved partnerskabskoncept samt vidensportal:

- Hella Gutmann får mulighed for at tilføre viden og værdi til deres produkter og dermed undgå at de bliver en "commodity"
- Det bringer Hella Gutmann tættere på mekanikerne og kan styrke loyaliteten
- Det giver mulighed for at tilbyde lærlinge og mekanikere uddannelse i nye systemer og dermed skabe bedre kvalitet og hurtig adgang til viden og data.
- Det skaber en mere direkte route-to-market og bringer Hella Gutmann tættere på mekanikeren med en hel løsning (produkt/viden & uddannelse)

For at lykkes med dette projekt, er det afgørende at undersøge markedet og kundernes behov, samt kortlægge og analysere hvilke uddannelses institutioner Hella Gutmann skal indgå partnerskab med. Dertil skal konceptet beskrives, og der skal tages stilling til, hvad det konkret skal indeholde i forhold til uddannelse, markedsføring, loyalitetsprogrammer, tilpasning til organisationen i øvrigt mv. således, at Hella Gutmann står tilbage med et defineret koncept, som er baseret på indsigter og grundige analyse, og dermed kan valideres og tages i brug.

Caseteamet vil under udviklingen af partnerskabskonceptet samt online portalen arbejde med dataindsamling, interviews med mekanikere og uddannelses institutioner, ideudvikling og konceptualisering med henblik på at designe et færdigt program og portal.

Det er væsentligt at nævne, at Hella Gutmann allerede leverer udstyr til Tekniske skoler og Grossist akademier.

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 hjælpe spørgsmål.

0. Fase 0: Introduktion til virksomheden og opgaven

- 0.1. Onboarding til virksomheden, deres vision, værdier, serviceydelser, strategi, organisation, systemer og generelt den branche og det marked de opererer i
- 0.2. Præsentation til caseopgaven og det arbejde som allerede er udarbejdet
- 0.3. Forventningsafstemning: Frekvens af feedback og løbende sparring
- 0.4. Diskussion af de forskellige faser og vægtningen/prioriteringen, således at tiden bliver brugt bedst

1. Fase 1: Markedsundersøgelse: Segment & målgruppe undersøgelse

1.1. Målgruppeanalyse – behovsafdækning hos målgruppen

Gennemfør kvalitative undersøgelser som belyser:

- Behov, adfærd og karakteristika
- Krav
- Priser
- Forventninger

1.2. Estimering af markedspotentiale og økonomisk potentiale/lønsomhed for Hella Gutmanns partnerskabskoncept:

- Geografisk?
- Potentiale fordelt på type af uddannelses institutioner/segmenter?

2. Fase 2 – Definition og identifikation af indsigter samt idegenerering- og konceptudvikling:

- 2.1. Hvilke behov og nuværende udfordringer skal partnerskabskonceptet være med til at løse? Hvilke løsninger skal konceptet tilbyde mekanikerne for at imødekomme deres behov? Hvor adskiller disse løsninger sig fra de tilbud og koncepter, der allerede findes på markedet?
- 2.2. Prioriteret liste over segmenter og værksteder, som konceptet fokuserer på
- 2.3. Hvilke tilbud, services og andet indhold skal konceptet indeholde? Fx loyalitetsprogrammer, priser/rabat, fleksibilitet, service og events?
- 2.4. Form og platform – hvordan skal partnerskabet manifestere sig: For eksempel en SaaS løsning, en app, et softwaresystem til installation ect. Hold gerne mange idéer/scenarier i live til at teste
- 2.5. Hvad skal Hella Gutmann USP'erne være med dette partnerskabs-koncept til markedet og de respektive segmenter?

3. Fase 3 – Udvikling, opbygning og afprøvning af konceptet

- 3.1. Udform konceptbeskrivelse og visualisering af konceptet
- 3.2. Test/afprøvning af partnerskabskoncept og evt. produkt/app på et udvalgt segment
- 3.3. Erfaringsopsamling og tilpasning

3.4. Gentag processen

4. Fase 4 – Opsamling og rapportering:

4.1. Baseret på indsigter fra analyse- og testfase formuleres partnerkonceptet så detaljeret som muligt. Denne kan indeholde følgende:

- Konceptbeskrivelse
- Behovsafdækning og kunde profiler
- Værditilbud
- Produkt/app/model
- Afdækning af konceptets omfang i forhold til tid, økonomi og ressourcer i forhold til udrulning og drift.
- Budget på etablerings- og driftsomkostninger for konceptet i en færdig udgave samt forecast på indtjeningsmuligheder for konceptet

4.2. Forløbet afsluttes med en skriftlig rapport samt mundtlig overlevering af overblik over den indsamlede information.

ØNSKET UDBYTTÉ FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med:

- ✓ En grundig undersøgelse og analyse af målgrupper, herunder: - Indsigter og forståelse af mekanikerens behov, adfærd, samt konkurrentanalyse
- ✓ Et defineret og testet partnerskabskoncept
- ✓ Et online uddannelses univers med defineret indhold

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

- Erfaring med databehandling, analyse og undersøgelsesdesigns
- En god forretningsforståelse, fx cand.merc eller lignende
- Interesse og kompetencer indenfor konceptualisering
- Kan kommunikere bredt og i øjenhøjde

TALENTPROFIL

Caseteamet bliver en del af salgsteamet hos Hella Gutmann i Viborg, hvor der dagligt arbejder 12 medarbejdere. Projektet har høj prioritet for virksomheden.

En stor del af arbejdet omhandler dataindsamling og analysearbejde for at sikre en god forståelse af de målgrupper, som partnerskabskonceptet skal henvende sig til.

Derudover vil der være meget fokus på udvikling og afprøvning af det nye koncept. Det er derfor vigtigt, at I som talenter tør komme tæt på brugeren med henblik på at forstå, hvordan udfordringer vendes til muligheder. Som team kommer I til at bevæge jer lidt rundt i forbindelse med de mange undersøgelser, så det vil være godt hvis én af talenterne har bil - man får refunderet udgifter.

Der er en fordel, hvis man som talent har en god forretningsforståelse, kendskab til branchen eller er god til at få en forståelse af nye mennesker og situationer.



Lars Bertz Thomsen CEO hos Hella Gutmann og bliver teamets primære kontaktperson. I vil i samarbejde med Lars og Service- og uddannelses ansvarlig Hans Christian Matthiesen løbende sparre omkring udviklingen af undersøgelserne og konceptet.

Kulturen i Hella Gutmann og på arbejdspladsen i Viborg er åben, og man hjælper hinanden på tværs af fagområder og afdelinger. Der er en uformel omgangstone, med en flad organisation. Man har en kultur, hvor man "går efter bolden og ikke hovedet", og det er okay at lave fejl. Det er en professionel virksomhed med meget frihed under ansvar.



LEAD THE
TALENT