

InnoCell ApS

InnoCell har udviklet en ny, banebrydende superkondensator-teknologi, som giver den grønneste energilagringssløsning på markedet.

Pilotproduktionen af denne omkostningseffektive og miljøvenlige superkondensator er startet, og InnoCell er klar til at lancere produktet for potentielle kunder og strategiske samarbejdspartnere. Det kræver en grundig analyse af markedet og en solid markedsføringsplan.

OVERBLIK

Virksomhed	InnoCell ApS
Lokation	Kullinggade 31C, 2., 5700 Svendborg
Kontaktperson	Steffen Thrane Vindt - CEO

VIRKSOMHEDSPROFIL

Grundlaget for InnoCell er et forskningsprojekt på SDU, hvor der er udviklet og taget patent på en superkondensator med en hybridelektrolyt, som lynhurtigt kan lagre energi på en bæredygtig og billig måde. Teamet bag InnoCell består, ud over hovedopfinderen af teknologien (Steffen), af erfarne folk fra henholdsvis Danionics (den tidligere førende danske producent af lithium-batterier) og IRD Fuel Cells.

En superkondensator er god til at optage og afgive energi meget hurtigt og kan derfor anvendes i et utal af sammenhænge. Et eksempel kunne være regenerativ bremsning indenfor transportsektoren (biler, toge, tunge maskiner osv.), mens en anden klassisk anvendelse er en meget lille superkondensator i computere, og samtidig findes superkondensatorer i størrelser så store som containere. De kan med andre ord anvendes i alle sammenhænge, hvor der skal lagres elektrisk energi.

Stort set alle superkondensatorer på det eksisterende marked er baseret på en organisk elektrolyt, hvilket giver en række udfordringer – bl.a. betyder det, at disse ikke kan tåle vand, så produktionen skal foregå i en beskyttet atmosfære ift. fugt i luften, og dertil er de fyldt med fluorerede stoffer, der gør dem meget lidt miljøvenlige. De udfordringer løser InnoCell med udviklingen af en vandbaseret elektrolyt til deres superkondensator, hvor de gennem hele udviklingsarbejdet har haft fokus på miljøvenlig materialeteknologi. Det har sikret, at produktet indeholder de samme harmløse grundstoffer, som du kan finde i en madpakke, og stadig har en state-of-the-art performance.

CASEBESKRIVELSE

InnoCell ønsker at bringe deres teknologi til det eksisterende marked for superkondensatorer og være med til at accelerere markedsudviklingen på området. Virksomheden har endnu ikke lagt sig fast på, hvilken specifik markedssektor og form for anvendelse, de skal levere til. De er på et stadie, hvor der skal findes en tilpas størrelse niche, hvortil deres USP'er (Unique Selling Points) er så dominerende, at der er 1-3 af de helt rette strategiske kunder eller samarbejdspartnere, der er villige til at investere i teknologien med det samme.

Indtil nu har InnoCell investeret i og haft deres fokus på at færdigudvikle deres teknologi og gøre den klar til kommercialisering. I dag har de en mindre pilotproduktion, men produktionen skal i nærmeste fremtid opskaleres til en decideret masseproduktion.

Virksomheden ser to strategier og veje at gå. Den ene er at finde relevante kundeemner, der ganske enkelt har brug for og er klar til at investere i produktet med det samme, hvortil InnoCell selv opskalerer og tilpasser deres produktion. Den anden er at finde strategiske samarbejdspartnere, der har en anden form for interesse i teknologien og produktet. Disse strategiske samarbejder kan se ud på mange forskellige måder. Ét eksempel kunne være en klassisk batteriproducent, der gennem et opkøb af en superkondensator-producent ser en mulighed i at begynde at sælge deres egne superkondensatorer. Eftersom produktionsteknologien, man bruger til henholdsvis batterier og superkondensatorer, minder meget om hinanden ville sådan et samarbejde være fordelagtigt ift. opskaleringen af InnoCells produktion. Men i sidste ende handler den mest optimale vej at gå i bund og grund om den konkrete interesse hos de potentielle emner, og det er omdrejningspunktet for casen.

KONKRETE OPGAVER

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

0. Fase: Onboarding og tilegnelse af intern viden

- 0.1 Onboarding til virksomheden, deres vision, værdier, ydelser, strategi, organisation, systemer og generelt den branche og det marked, de opererer i.
- 0.2 Forventningsafstemning: Frekvens af feedback og løbende sparring.
- 0.3 Dybdegående introduktion af udfordringer og ønsket resultat.
- 0.4 Diskuter de forskellige faser og vægtningen/prioriteringen, sådan at tiden bliver brugt bedst.

1. Fase: Intern analyse – dialog og desk research

InnoCells superkondensator er et teknologitungt produkt, og det er helt afgørende for casearbejdet, at teamet tilegner sig en solid viden omkring produktet fra start. Alt konkurrence og salg foregår på performance og tekniske specifikationer, og derfor er en tilstrækkelig forståelse for produktet, virksomheden og markedet nødvendig for at sikre kvaliteten af det videre arbejde.

- 1.1 Indsamling af intern viden:
Den vigtigste informationskilde i projektets indledende fase er dialog med Steffen Thrane Vindt (CEO), der vil hjælpe jer ind i terminologien og vigtig viden på området.
- 1.2 Gennemgå hvad virksomheden har af analyser for superkondensatormarkedet og andet relevant materiale.
- 1.3 Udarbejdelse af Business Model Canvas
 - Brug værktøjet Business Model Canvas (I vil blive introduceret til det under forløbets indledende Design Sprint) til at skabe et fælles overblik og et godt udgangspunkt for dialogen - både internt i talentgruppen såvel som den løbende sparring med ledelsen.
 - Udarbejd et Business Model Canvas for hvert af de forskellige segmenter, som InnoCells produkt potentielt henvender sig til



2. Fase: Analyse af det globale marked og dybdegående undersøgelse af kundeemner

I forhold til nye kundeemner og strategiske samarbejdspartnere har InnoCell fokus på kvalitet frem for kvantitet - de har brug for 1-3 af de *rigtige* emner. Virksomheden ønsker nye øjne på udfordringen, og teamet vil gøre en virkelig forskel, hvis der her findes frem til nogen, som InnoCell pt. ikke har kendskab til.

2.1 Med udgangspunkt i forretningsmodellen kortlægges de mest relevante segmenter af potentielle kunder og strategiske samarbejdspartnere i markedet. Relevante emner kan være nogen:

- der har tilstrækkelig stor gavn af InnoCells Key Selling Points eller har en ekstraordinær interesse i teknologien.
- der har den rette størrelse - hverken for store eller for små.
- hvor timingen er rigtig.
- der kan byde ind med nogle forhold, der er fordelagtige for InnoCell. Eksempelvis faktorer, der giver en hurtigere etablering af masseproduktion og salg.

2.2 På baggrund af den indledende markedsanalyse udarbejdes der i dialog med virksomheden en prioriteret liste over emner, der skal analyseres dybdegående. Afdæk blandt andet:

- Deres nuværende vision og strategi
- Hvad deres motivation for et samarbejde med InnoCell kunne være?
- Hvordan ser deres beslutningsprocesser ud?
- Hvem er den endelige beslutningstager – hvem vil det være mest interessant at få i tale? Udarbejd evt. personaer for de forskellige typer af beslutningstagere.

3. Fase: Plan for henvendelse til relevante emner, kanalstrategi og materialer

3.1 Udarbejd en plan for, hvordan man bedst får startet en dialog op med de mest interessante emner. Da det er et lavt antal af kvalificerede emner, at InnoCell på nuværende tidspunkt har behov for at starte et samarbejde med, er det yderst vigtigt, at den indledende kontakt er succesfuld, og man derved ikke misser sin chance.

- Hvem skal kontaktes?
- Hvilke kanaler er bedst egnede?
- Hvad skal fokus være i den indledende henvendelse?

3.2 Udarbejdelse af markedsføringsmaterialer, der kan understøtte dialogen. I dag har virksomheden meget lidt salgsmateriale.

3.3 Validering af planen hos virksomheden og eventuel eksekvering.

ØNSKET UDBYTTET FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med:

- ✓ Business Model Canvas for hvert segment af potentielle kunder og samarbejdspartnere



LEAD THE
TALENT

- ✓ Undersøgelse af markedet og dybdegående analyser af de konkrete bud på relevante kunder og partnere
- ✓ Plan for indledende kontakt og salgsmaterialer hertil
- ✓ 1-3 nye kundeemner

RELEVANTE KOMPETENCER TIL CASEN

Marketingkompetencer, Forretningsudvikling og -forståelse, Entreprenørskab, Analytiske kompetencer og struktur, Teknisk interesse eller baggrund

TALENTPROFIL

Hos InnoCell hersker en klassisk dansk startup-kultur med et lavt hierarki, og hvor alle kommer hinanden ved i dagligdagen. I dag er de 8 ansatte, hvor både alder og erfaring spænder vidt. De har til huse i det gamle gasværk på Svendborg Havn og råder her over laboratorie og kontorlokaler med havudsigt.

I en universitets-spinout som InnoCell skal du være forberedt på at kunne varetage forskelligartede opgaver og have mange hatte på. Projektets indledende fase vil byde på en stejl læringskurve, da alle personer i organisationen er nødt til at have en grundig forståelse af teknologien. Du skal have gode samarbejdsevner og en eksplorativ samt nysgerrig tilgang til opgaven. InnoCell værdsætter nye øjne på udfordringen, så hvis du kan se dig selv bidrage til casen er faglig baggrund sekundært.

Som talent hos InnoCell får du en unik chance for at være med til en dansk, potentiel energisucces. Energilagringsteknologier er nøglen til at få den grønne omstilling til at fungere i fremtiden, og denne rejse har du her muligheden for at være en del af.

