

# Mobile Industrial Robots A/S

Mobile Industrial Robots (MiR) udvikler og producerer mobile robotter til optimering af intern logistik. Det er en international, ambitiøs virksomhed, og positionen som firstmovers på deres felt har betydet en fantastisk vækstrejse.

Caseteamet skal foretage en dybdegående konkurrentanalyse helt ned på produktniveau og derudfra udarbejde materialer, der belyser fordelene ved MiRs produkter kontra konkurrenternes. Informationen og materialerne skal gøres tilgængelig for MiRs sælgere og implementeres hele vejen ud til partnernetværket.

## OVERBLIK

Virksomhed	Mobile Industrial Robots A/S
Lokation	Emil Neckelmanns Vej 15F, 5220 Odense SØ
Kontaktperson	Rasmus Jensen – Marketing Director

## VIRKSOMHEDSPROFIL

Mobile Industrial Robots' eller MiRs historie startede i 2011, da stifteren Nils Jul Jacobsen med sin søns legoklodser byggede den første prototype af en MiR-robot. Officielt blev virksomheden grundlagt i 2013 og har siden været på en hastig vækstrejse. I 2018 blev de købt af Teradyne, der også ejer Universal Robots, og i dag er de cirka 250 ansatte og har regionale salgs- og marketingskontorer i New York, San Diego, Barcelona, Shanghai, Tokyo, Frankfurt og Singapore.

MiR opererer indenfor interne logistik-løsninger. MiRs mobile robotter er AMR'er – Autonomous (collaborative) Mobile Robot – som selv kan navigere fra A til B. Det sker uden, at det kræver noget fast infrastruktur i virksomheden, som f.eks. QR-koder, reflektorer på hjørner eller magnetiske striber i gulvet. Herved adskiller de sig fra den ældre teknologi; Automated Guided Vehicle (AGV-robotter), der netop kræver fast infrastruktur, og derfor er en mere statisk og uflexibel løsning. Netop fleksibilitet, effektivitet og sikkerhed er blandt de største overordnede fordele ved MiRs produkter.

I dag ses et stort behov for automatisering af intern logistik og dermed en stærk plads i markedet for MiR. Det skyldes en lang række faktorer, hvoraf de vigtigste er, at intern transport ikke noget, der giver værditilførsel til produkterne eller øger kundernes oplevede værdi og samtidig ser vi et demografisk skift, hvor der bliver færre og færre til at udføre manuelle, kedelige arbejdsopgaver og hårdt fysisk arbejde. Med forståelse for virksomheders behov for at være fleksible og hurtige til at omskifte deres produktion er MiRs robotter generelt en åben platform, hvor der kan bygges forskellige installationer på, så den fungerer efter kundens specifikke behov.

## CASEBESKRIVELSE

Størstedelen af MiRs salg foregår gennem et partnernetværk af regionale salgs- og marketingskontorer lokaliseret over hele verden. Salgspartnerne efterspørger i højere og højere grad specifikke argumenter, der underbygger den overordnede storytelling om produkternes fordele. Typisk sidder de overfor en ingeniør, der ikke blot er interesseret i at høre, at robotten er fleksibel, men vil vide præcis hvordan den er mere fleksibel end de konkurrerende produkter.

Derfor skal caseteamet fortage en dybdegående konkurrentanalyse helt ned på konkret produktniveau og sammenligne disse på tværs af de konkrete tekniske specifikationer med henblik på at kortlægge fordele og ulemper mellem de forskellige konkurrerende produkter. Det gælder ikke kun konkurrerende AMR'er, men også set i forhold til AGV'er, forklifts, transportbånd som i den sammenhæng også hører til blandt konkurrenterne. På baggrund af analysen skal der udarbejdes materialer til et salgøjemed, hvor der foruden fordele/ulemper ved hver produktfeature er indtænkt den specifikke værditilførsel, som robotten vil give slutkunden. MiR har været firstmovers på deres felt, men med en stigende grad af konkurrence er der opstået et større behov for et værdibaseret salg.

Salgsmaterialerne kan med fordel være i form af Battle Cards eller lignende hvor produkterne sidestilles med de konkurrerende produkter og målrettes MiRs forskellige kundekategorier (bl.a. Automotive, Electronics, Hospitals, Food & Beverage, Life Science osv.) Det er vigtigt, at de udarbejdede materialer er direkte anvendelige for partnernetværket. Endelig skal den tilegnede viden kommunikeres hele vejen ud til partnerledet på bedste vis. Hertil udarbejdes en implementeringsplan, der sikrer den mest hensigtsmæssige måde at få de nye materialer bragt i spil på.

## 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 Diskutér de forskellige faser og vægtingen/prioriteringen, sådan at tiden bliver brugt bedst.

### 1. Fase: Intern analyse med henblik på en grundig forståelse af virksomhedens DNA og produkter.

- 1.1 Foretag en desk research af relevant internt materiale. Herunder virksomhedspræsentation, eksisterende konkurrentoversigter, segmentrapporter, salgsstrategier og deres foreløbige specifikationsdatabase (udbygges i fase 2).
- 1.2 Gennemgå små onlinekurser på MiR Academy, så I tilegner jer en større viden og får en grundlæggende forståelse for - både på et lavpraktisk og på et mere teknisk niveau – hvad MiR-robotten er.
- 1.3 Interview relevante kontaktpunkter i organisationen
  - På baggrund af ovenstående research genererer I spørgsmål, tanker og ideer, som afdækkes og diskuteres med nøglepersoner i virksomhedens forskellige afdelinger.

## 2. Fase: Dybdegående konkurrentanalyse på produktniveau

- 2.1 Kortlæg og undersøg MiRs største konkurrenter og forstå disses produkter helt ned på featureniveau. Det afstemmes i dialog med virksomheden, hvilke konkurrenter og features, der ønskes analyseret.
  - Eksempelvis batteritid, ladetid, køretid, tophastighed, men også hvordan navigerer den og planlægger sin rute, er systemet cloudstyret, benyttes der Swarm Intelligence eller flådestyring, og hvilke komponenter bruges der på hardwaredelen?
- 2.2 Beskriv sammenligningen af de forskellige funktioner med MiRs robotter.
  - Hvor differentierer MiRs produkter sig ift. konkurrenterne ved hvert kundesegment?
- 2.3 Udbygning af specifikationsdatabasen med udgangspunkt i findings fra konkurrentanalysen.

## 3. Fase: Udarbejdelse og implementering af salgsmateriale

- 3.1 Start med at udarbejde en samlet oversigt over de fem største konkurrenters fire-fem mest konkurrerende produkter.
- 3.2 Udarbejdelse af materialer, der er direkte anvendelige i salget og underbygger den overordnede storytelling om kernefordelene ved MiRs produkter.
  - Indtænk det værdibaserede salg – hvilke pains vil produktet løse for kunden?
  - Grafisk oversigt, Battle Cards e.l. Der er en høj grad af kreativ frihed til løsningen, hvor tanken er, at materialerne hele tiden kan opdateres og udvides.
  - Fokus på den visuelle fremstilling, der udarbejdes i tråd med virksomhedens eksisterende designlinje.
- 3.3 Implementeringsplan
  - Hvordan kommunikeres de nye findings og materialer til partnerledet på den mest hensigtsmæssige måde ift. at sikre den fremtidige brug?

### ØNSKET UDBYTTET FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med:

- ✓ Oversigt over top fem konkurrenters mest konkurrerende produkter
- ✓ Salgsmateriale - blandt andet i form af Battle Cards e.l.
- ✓ Implementeringsplan for at gøre de nye indsigter og materialer anvendeligt for partnernetværket

### RELEVANTE KOMPETENCER TIL CASEN

Forretningsudvikling, Marketing, Kommunikation og formidling, Antropologi, Ingeniør, IT-forståelse og -kundskaber, Robotteknologi, Mekanik og elektronik, Grafisk design

## TALENTPROFIL

MiR er en ung virksomhed, der byder på en foranderlig og dynamisk hverdag med både travlhed og sjov. Deres hurtige vækst har resulteret i mange nye ansættelser, og gennemsnitsalderen for medarbejderne ligger på 36 år. Selvom MiR ikke har eksisteret så længe, er både produktet og virksomheden modnet relativt hurtigt, og de er ved at komme over i at være en voksen virksomhed. Således placerer de sig et sted i midten på kontinuummet mellem startup-virksomhedens kendetegnende iværksætter-vildskab og en mere corporate virksomhed med organiserede og strukturerede processer og procedurer.

Blandt MiRs kerneværdier er en Can-do attitude, og som talent skal du gerne være handlekraftig og turde at stille spørgsmål og komme med forslag. Virksomheden har en uformel kultur, og I vil få lov til at løbe med mange bolde selv. Hos MiR får du muligheden for at arbejde med en essentiel opgave i en vækstende robotvirksomhed, hvor din og teamets løsning bliver direkte anvendelig.



LEAD THE  
**TALENT**