

Unicontrol ApS

Unicontrol er en af de førende udviklere af 3D maskinstyring til alle typer gravemaskiner. Digitalisering i byggebranchen er for alvor sat i gang, og Unicontrols rejse har været præget af stærk vækst og udvidelser til internationale markeder.

Næste skridt for Unicontrol er at introducere deres produkter på det Nordamerikanske marked. På baggrund af en solid markedsanalyse skal caseteamet udarbejde en eksekverbar plan med helt konkrete trin for, hvordan Unicontrol bedst etablerer sig på det nye marked.

OVERBLIK

Virksomhed	Unicontrol ApS
Lokation	Helgavej 26, 5230 Odense M
Kontaktperson	Niels Bjerregaard - CEO

VIRKSOMHEDSPROFIL

Unicontrol er stiftet i 2018 og har helt fra start været på en fantastisk vækstrejse, og der er stadig fuld fart på. De har udviklet et 3D maskinstyringssystem, der har til formål at gøre maskinførerens arbejde lettere. De har populært sagt digitaliseret gravemaskinen ud fra tanken, at det skal være så nemt som muligt at grave et hul i den rigtige størrelse.

Unicontrol 3D har udviklet en nem brugerflade, kan læres på kort tid, og derfor kan anvendes hurtigt ude på byggepladsen. Deres system er det eneste maskinstyringssystem på markedet, der også understøtter kompakte gravemaskiner med svingarm. Med produktet har Unicontrol vist, at maskinstyring kan være simpelt, og de udgør en reel forskel i hverdagen for maskinføreren og entreprenøren.

I praksis sidder der sensorer på alle bevægelige dele af gravemaskinen, som sammen med gps-udstyr sikrer, at man hele tiden kan følge med i 3D og holde styr på præcis, hvor skovlkanten er. Udover at det letter graveførerens arbejde, betyder det et minimum af fejl, da man sikrer, at der graves det rigtige sted, i den rigtige dybde og med den rette hældning. Samtidig er der et stigende dokumentationskrav for byggeprojekter. Normalt vil der være en landmåler, der skal ud at foretage den dokumentation, som Unicontrol i stedet kan levere løbende via cloudsystemet.

CASEBESKRIVELSE

Unicontrol vil ind på det nordamerikanske marked, og det kræver svar på spørgsmål, som hvor, hvordan og med hvem? USA's 50 stater byder på store markedsforskelle, og Unicontrol ønsker at få analyseret, hvordan markedssituationen er i henholdsvis øst-, vest-, nord- og sydstatene.

Indsigterne skal gøre Unicontrol klogere på en lang række faktorer som f.eks. hvor er det mest lukrative marked, eksisterer der nogle knudepunkter med høj koncentration af producenter, og hvis der skal ansættes en person lokalt, hvor er det så mest hensigtsmæssigt, at vedkommende sidder? Endnu en afgørende faktor er de potentielle samarbejdspartnere. På det internationale marked sælger Unicontrol gennem distributører, der sælger til en forhandler og derfra til slutkunden, mens de i Danmark selv står for distributionsdelen. Den ideelle

distributør for Unicontrol besidder en vis gps-forståelse og er således i stand til at varetage den tekniske del af supporten.

Dertil kommer eventuelle produkttilpasninger - det, som én operatør med én maskine udfører i Danmark, kræver måske tre maskiner og operatører i USA. Hvad kommer det til at betyde for Unicontrols prioritering på produkt- og udviklingssiden? Derudover er der en masse andre overvejelser om, hvorvidt Unicontrol skal etablere sig via tredjepart alene eller have eget salgskontor, ligesom tidsforskellen spiller en væsentlig rolle f.eks. i forhold til supportfunktionen og det serviceniveau, man ønsker at levere.

Projektet skal ende ud i en køreklar, hands-on handleplan, der, baseret på viden og indsigter fra dataindsamling og analyse, anviser det næste skridt i forhold til at erobre det nordamerikanske marked.

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 Dybdgående introduktion af udfordringer og ønsket resultat.
- 0.4 Diskutér de forskellige faser og vægtningen/prioriteringen, sådan at tiden bliver brugt bedst.

1. Fase: Analyse af det nordamerikanske marked

Unicontrol har en bred viden om distributører og generelt forretningsstrukturen i Europa og Australien, men ift. det nordamerikanske marked er det endnu på antagelsesniveau.

- 1.1 Kortlæg og gå i dialog med relevante aktører.
Det kan være potentielle distributører, slutkunder, OEM-kunder, rådgivende ingeniører osv. Det er altså ikke kun dem, der er i direkte berøring med maskinen, men alle aktører, der kan bidrage til en bedre forståelse af markedet.
 - Udarbejd en shortliste over dem, som det vil være mest interessant at gå i dialog med.
 - I sparring med virksomheden klargøres et pitch til de forskellige segmenter, der ønskes at hente viden fra.
 - Tag kontakt og skab dialogen.
- 1.2 Konkurrentanalyse med fokus på de konkurrenter, der placerer sig lige under de helt store spillere.
 - Hvem vil Unicontrol være i direkte konkurrence med? Er der nogle væsentlige konkurrenter, der kun opererer på det amerikanske marked, og derfor indtil nu er ukendte for Unicontrol?

- Er der nogle, der er særligt stærke på bestemte områder? Er der f.eks. en specifik maskin- eller kundetype, hvor markedet domineres af bestemte konkurrenter?

2. Fase: Udarbejdelse af konkret og eksekverbar go to market-strategi

- 2.1 På baggrund af indsigterne og analysen af det nordamerikanske marked udarbejdes en strategi og operationel handleplan for, hvordan Unicontrol bedst træder ind på det nye marked. Den skal bl.a. indeholde løsninger til:
 - Geografisk prioritering – hvor startes der, og hvordan udvides der videre derfra?
 - Eventuelle produkttilpasninger
 - Udfordringer ifm. med supportfunktion og tidsforskellen
 - Shortlister med potentielle samarbejdspartnere og slutkunder
 - Overordnet budget for etablering på det nordamerikanske marked
 - Markedsføringsplan
- 2.2 Handleplanen skal overleveres i form af en helt konkret to-do-liste, klar til eksekvering. Hvad skal gøres, i hvilken rækkefølge og hvilke risici er der forbundet med disse handlinger?
- 2.3 Eksekver i det omfang, at tiden tillader det.

ØNSKET UDBYTTÉ FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med:

- ✓ Indsigter og analyse af det nordamerikanske marked
- ✓ Eksekverbar strategi og handleplan med helt konkrete trin
- ✓ Samlet budget for introduktion af Unicontrols produkter på det nordamerikanske marked

RELEVANTE KOMPETENCER TIL CASEN

Forretningsudvikling, Marketing, Kommunikation, (Markeds)analyse, Internationalisering, Sprog og amerikansk kulturforståelse, Ingeniør, IoT-kompetencer

TALENTPROFIL

Hos Unicontrol er der i dag 24 medarbejdere, og med deres konstante vækst ansætter de løbende. Virksomheden er på mange måder stadig i sin opstartsfasé, og selvom de vokser hurtigt, efterstræber de at holde fast i den type kultur, der automatisk opstår hos og er kendetegnende for en startup-virksomhed. Det vil blandt andet sige et fladt hierarki og en uformel tone, der er straight to the point. De er et alsidigt og dynamisk team med forskellige aldre og erfaringer, og hverdagen præges af tanken om, at det skal være sjovt at gå på arbejde.

Unicontrol leder efter et hold talenter, der er initiativrige, selvdrevne og hurtige til at sætte sig ind i nyt stof. I gruppen skal der både være nogle, der er skarpe på det analytiske samt nogle, der er meget udadvendte og ikke er blege for at gribe telefonen og ringe til USA.

Niels (CEO), der vil være den primære kontaktperson, er meget åben overfor hvilken faglig profil, du og temaet kommer med, men lægger i højere grad vægt på, at han kan mærke jeres motivation og engagement. Ligeledes er det, med tanke på tidsforskellen til USA, et stort plus, at I udviser fleksibilitet i forhold til arbejdstider.



LEAD THE
TALENT