

Parkeringskompagniet

Innovativt parkeringsselskab der tilbyder fleksible parkeringsløsninger tilpasset den enkelte kundes behov. Virksomheden er ved at opnå et stærk position på det danske marked og ønsker at ekspandere til det Skandinaviske marked.

CASE: Udarbejdelse af en markeds- og konkurrentanalyse for det svenske- og norske marked med henblik på at fastlægge en Go-2-Market strategi og setup.

OVERBLIK

Virksomhed	Parkeringskompagniet
Lokation	Rosengade 36, 8000
Kontaktperson	Simon Høy Kristensen

VIRKSOMHEDSPROFIL

Parkeringskompagniet blev stiftet tilbage i 2015 med en vision om at innovere parkeringsbranchen, ved at give råderetten tilbage til de respektive parkanter.

Parkeringskompagniet er i dag en SaaS-løsning, der tilbyder egenkontrol af parkeringsarealer gennem en app-løsning. Dertil tilbyder virksomheden kameraløsninger, egenkontrol, vagtkontrol, ladestandere og udlejning i forlængelse af app-løsningen.

Parkeringskompagniets målsætning er at være den største, bedste og mest foretrukne udbyder af parkeringsløsninger i Danmark. Denne målsætning ønsker de at opnå gennem kontinuerlig udvikling, hvor de forsøger at nytænke parkeringsløsninger.

Qua deres innovative måde at drive forretning på, formår de at sætte kunderne og deres behov i første række. Virksomheden samarbejder med alle typer af virksomheder, alt fra beboerforeninger, kommunale institutioner, kommuner mfl., hvor Parkeringskompagniet skræddersyer løsninger til kunder som fx Securitas, DEAS, Siemens mfl.

Virksomheden har de seneste år oplevet en stigende vækst. I 2021 flyttede Parkeringskompagniet ind i nye lokaler og beskæftiger i dag 12 funktionær medarbejder.

Parkeringskompagniet har opnået en stor markedsandel på det danske marked og ønsker at undersøge, hvorvidt en international ekspansion til det svenske- og norske marked kunne være en lukrativ forretning.

CASEBESKRIVELSE

Parkeringskompagniet ønsker at udvide deres forretning og ekspandere internationalt. De mest nærliggende markeder/lande er Skandinaviske lande, som Norge og Sverige, hvor lovgivning og markedsforhold minder mest om det danske. Virksomheden ønsker derfor at afdække muligheden for at ekspandere til Norge og Sverige med deres SaaS-løsning.

Parkeringskompagniet ønsker derfor at finde et team, der kan udarbejde en markeds- og konkurrentanalyse for det svenske- og norske marked med henblik på udvikling af en Go-2-Market strategi og dertilhørende plan for de respektive markeder. Planen skal give virksomheden et overblik over, hvordan de skal positionere sig, fremtræde på markedet og belyse potentielle kunder og samarbejdsmuligheder.

Dertil ønsker Parkeringskompagniet af identificere, hvilket virksomheds setup der vil være mest fordelagtigt for virksomheden.

Teamet skal herefter igangsætte opbygning af salgstragten for de respektive markeder. Dette vil blive en trial and error tilgang, hvor man tester eventuelle børnesygdomme af. Teamet skal derfor være med at udvikle det kommercielle setup. Parkeringskompagniet operer i dag med 2 forskellige kundegrupper:

- B2B – Her står Parkeringskompagniet for administrationen bag parkeringsappen, hvorfor det oftest er samarbejdspartnere.
- B2C – Her er kunderne oftest nybyggeri/beboerforeninger, hvor Parkeringskompagniet udfører kontrol med eksisterende p-selskaber.

Det forventes derfor, at teamet analyserer- og udarbejder løsninger for begge kundegrupper i de konkrete faser.

Go-2-Market planen skal efterfølgende kunne skaleres op til andre potentielle marker i Europa.

KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser:

0. Fase: Onboarding og fastlæggelse af overordnet målsætninger.

- 0.1. Onboarding til virksomheden, værdier, strategier, kultur og det marked, de operer i.
- 0.2. Forventningsafstemning: Frekvens af feedback og løbende sparring.
- 0.3. Dybdgående introduktion af udfordringer og ønsket resultater.
- 0.4. Diskuter de forskellige faser og vægtning/prioritering af opgaver, så tiden bliver brugt optimalt.
- 0.5. Fastlæg arbejdsfordeling, kalenderstyring, mødetider mv.

1. Fase: Foretag en markeds- og konkurrentanalyse af det svenske- og norske marked med henblik på at fastlægge, hvordan Parkeringskompagniet skal positionere sig.

- 1.1 Foretag en markedsanalyse, herunder afdækkes bl.a.:
 - 1.1.1 Hvor stort er markedet
 - 1.1.2 Kortlæg hvilke faktorer og makro forhold, der gør sig gældende i markedet?
 - 1.1.3 Hvilke store parkeringsvirksomheder er der i de respektive markeder?
 - 1.1.4 Hvilke potentielle samarbejdspartnere er der (fx lejlighedskomplekser, kommunale områder, store virksomheder mv.)?
- 1.2 Udarbejd en målgruppeanalyse for henholdsvis B2B og B2C segmentet, hvor der tages udgangspunkt i parkeringsserviceudbydere. Her undersøges som minimum:
 - 1.2.1 Hvem er målgruppen?
 - 1.2.2 Hvordan ser den ud?
 - 1.2.3 Hvilke præferencer og behov har de?
 - 1.2.4 Lav et overordnet overblik over, hvordan deres gennemsnitlige kunderejse ser ud.
- 1.3 Fastlæg herefter primære målgruppe og deres behov.
- 1.4 Foretag en konkurrentanalyse, herunder afdækkes:
 - 1.4.1 Hvem er Parkeringskompagniet i direkte konkurrence med?
 - 1.4.2 Hvordan adskiller de sig fra konkurrenterne?



- 1.4.3 Hvad gør konkurrenterne for at fange kunden. Her analyseres deres online salgstragt.
- 1.4.4 Hvad er konkurrenternes priser og hvilke services udbydes der?
- 1.4.5 Benytter konkurrenterne sig af markedsføringsbureauer?
- 1.5 Fastlæg en prioriteret liste for nichekunder og hvordan de kan gribes an. Denne liste skal dertil indeholde, hvilke testkunder man vil angribe i fase 3 (trial and error).
- 1.6 Fastlæg hvordan Parkeringskompagniet skal positionere sig på de respektive markeder.

2. Fase: Udvikling af det kommercielle setup for henholdsvis B2B og B2C segmentet samt prissætning af systemets features.

- 2.1 Fastlæg kerneelementerne for de respektive markeder. Her kvalificeres, hvad virksomheden gør i dag og hvad de skal igangsætte for at kunne ekspandere:
 - 2.1.1 Hvilket sprog skal deres hjemmeside fremtidigt tilbyde?
 - 2.1.2 Skal de erhverve udenlandske telefonnumre til de respektive markeder?
 - 2.1.3 Skal de have et nyt domæne eller opsætte nye konti for markederne?
- 2.2 Hvordan skal de markedsføre sig til de respektive markeder?
- 2.3 Igangsæt udviklingen af det kommercielle setup for B2B og B2C segmentet. I denne fase overvejes, om det kan være et samlet setup eller adskilt.
- 2.4 Udarbejd moneyflow for de udenlandske kunder og fastsæt priser af systemet features.

3. Fase: Opbygning og ibrugtagning af salgstragten med henblik på værdifulde indsigter.

- 3.1 Opbyg salgstragten, så den kører automatisk til den udvalgte liste kunder/leads fra punkt 1.5. Sideløbende køres en trial and error periode, hvor der løbende fastlægges følgende:
 - 3.1.1 System intro
 - 3.1.2 Onboarding
 - 3.1.3 Materiale om benyttelse af app'en
 - 3.1.4 Eventuelle tutorials videoer

ØNSKET UDBYTTE FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med:

- ✓ En klar strategi for penetrering på det svenske- og norske marked, med afdækning af muligheder og udfordringer ved de forskellige valg.
- ✓ Skalerbart setup der kan skaleres op til andre lande efterfølgende (en model for dette og begge kundegrupper).
- ✓ Opbygget salgstragt

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

- Forrentningsudvikling, kommerciel forretningsforståelse, salg og internationalisering.
- Innovation og entreprenørskab og antropologi
- Kommunikation, formidling og marketing.

TALENTPROFIL

Parkeringskompagniet er en innovativ virksomhed, der konstant forsøger at nytænke- og udvikle sig med henblik på at være de bedste i branchen. Virksomheden er derfor på udkig efter ambitiøse og professionelle profiler, der ønsker at være med på deres vækstrejse.

Parkeringskompagniets kendetegnes ved en flad struktur, hvor der ikke er langt fra tanke til eksekvering. Virksomheden ønsker derfor at finde pragmatiske profiler, der tør arbejde ud fra learning-by-doing princippet og eksekvere på opgaverne.

Som team får man derfor stort medansvar og involvering. Det kræves derfor, at du er selvstændig, en do'er, involverende og gør dig umage. Dertil vil du samtidigt blive en del af en ung, social og dynamisk virksomhed, hvor fællesskabet vægtes højt.

Casearbejdet vil omfatte megen datahåndtering. Du skal som talent på denne case derfor være detaljeorienteret, struktureret og stærk til at håndtere data og derefter systematiserer det. Dertil skal man have flair for IT eller være vant med IT, da virksomheden tilbyder en SaaS-løsning, hvorfor der primært arbejdes i forskellige IT-programmer.

Da casen har et internationalt aspekt, vil det være en fordel, hvis man kan forstå eller begå sig på Svensk og Norsk, dog ikke en nødvendighed. Dog skal du som minimum begå dig på engelsk, både skriftligt og tale.