

Anntex

Anntex er en dansk virksomhed, som har udviklet sig til at være Danmarks førende leverandør af campingtæpper og madrasser. Anntex er specialist i skræddersyede tæpper til campingvogne og autocampere.

CASE: Skab et øget kendskab til Anntex's målgrupper og kvalificer, hvorvidt Skandinavien er et lukrativt marked for virksomheden at indtræde. Herefter udarbejdes der kunderettet markedsføring med henblik på at skabe øget trafik til Anntex's respektive kanaler og markeder

OVERBLIK

Virksomhed	Anntex
Lokation	Arresøvej 48, 8240 Risskov
Kontaktperson	Ann Kjær, Ejerleder

VIRKSOMHEDSPROFIL

Anntex er en dansk ejet virksomhed, der specialiserer sig inden for skræddersyede tæpper og tekstil til campingvogne og autocampere.

Anntex laver høj kvalitetstæpper på specialmål efter det nyeste robotteknologi i en gennemtænkt løsning af høj kvalitet. Virksomheden leverer derfor produkter i high-end og er én af de eneste i branchen, der leverer produkter produceret og skåret via robotteknologi.

Virksomheden har med mere end 10 års erfaring udviklet sig til at være Danmarks førende leverandør af campingtæpper og madrasser. Dertil leverer Anntex også til Tyskland via deres tyske hjemmeside ([AnnTex - Handgenähte Teppiche für Wohnwagen \(ann-tex.de\)](http://AnnTex - Handgenähte Teppiche für Wohnwagen (ann-tex.de))), hvor der også kun er meget få udbydere på markedet.

Virksomheden befinder sig i en nichebranche og leverer til en begrænset målgruppe, hvilket begrænser deres vækstmuligheder. Virksomheden ønsker derfor at undersøge muligheden for at vækste og øge omsætningen gennem ekspansion til udlandet. De mest nærliggende lande vil være Skandinavien, herunder Norge og Sverige.

I dag oplever Anntex udfordringer med deres brand, da kun meget få campister kender til deres brand, selvom de måske ejer deres produkter. En af grundene hertil kan bl.a. være fordi, at deres produkter også forhandles hos andre campingforhandlere, hvor deres brand ikke markedsføres isoleret. De anser derfor stadig en del af nuværende målgruppe som uudnyttet potentiale. Anntex har dog begrænset viden omkring deres målgruppe og derfor få tangenter at spille på markedsføringsmæssigt. Virksomheden ønsker derfor at opnå et større og dybere indblik i deres målgruppe og deres behov, for at kunne udvikle mere kunderettet markedsføring, der kan skabe øget trafik og salg.

CASEBESKRIVELSE

Anntex ønsker derfor at kvalificere hvorvidt Skandinavien, herunder Norge og Sverige og Tyskland er et lukrativt marked for virksomheden at indtræde. Dertil ønsker Anntex at opnå et større kendskab til deres nuværende målgruppe for at kunne sammenligne, hvordan deres

nuværende markedsføring klarer sig til i Danmark med henblik på at kvalificere, hvordan og hvor de bør optimere med mere kunderettet markedsføring for at opnå øget trafik på deres platforme.

Kommende talentteam skal starte med at udarbejde en markedsanalyse for det Sverige, Norge og Tyskland, herunder en konkurrent- og målgruppe analyse med henblik på at kvalificere, hvorvidt det svenske og norske markeder vil være lukrativt at markedsføre sig mod. Herefter fastlægges, hvilke touch points og budskaber der virker på hvilke kanaler.

Teamet skal derefter være med i udviklingsprocessen til drift og styring af marketingsindsatser, hvor forskellige budskaber opstartes og testes af på forskellige kanaler med henblik på at kvalificere antal interaktioner og effekt. Denne proces gennemføres i en iterativ proces indtil man opnår ønsket resultat og effekt ift. at skabe øget trafik på Anntex's kanaler og platforme. Dermed skal man være en aktiv del af driften og styringen af marketingsindsatserne. Som talentteam er man derfor med i processen fra kortlægning udarbejdelse af strategisk retning til udvikling og udførelse.

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, deres vision, værdier, nuværende strategi og generelt det marked og branche, som de opererer i.
- 0.2. Foretag en forventningsafstemning med teamet, herunder frekvens af feedback og sparring.
- 0.3. Foretag en dybdegående introduktion til casens udfordringer og virksomhedens ønsket resultat.
- 0.4. Gennemgå casens konkrete opgaver, og kvalificere de forskellige faser, hvor I vægter og prioriterer opgaverne efter deres vigtighed.
- 0.5. Fastlæg roller og opgaver iblandt teamet, således I internt ved, hvem der er ansvarlig for hvilke opgaver/områder.
- 0.6. Fastlæg KPI'er for projektet med henblik på at foretage en effektmåling løbende og ved projektets afslutning.

1. Fase: Undersøg hvorvidt Sverige, Norge og Tyskland vil være lukrativt at henvende sig til. Herefter kvalificeres hvorvidt målgruppen for Norden og Tyskland kan alignes med målgruppen for Danmark.

- 1.1 Foretag en markedsanalyse for det svenske, norske og tyske marked, her undersøges bl.a. følgende:
 - 1.1.1 Konkurrentanalyse med henblik på at kvalificere konkurrenter og deres digitale foot prints
 - 1.1.1.1 Hvilke konkurrenter er der
 - 1.1.1.2 Hvilke content benytter konkurrenterne sig af
 - 1.1.1.3 Hvilke digitale kanaler er de på
 - 1.1.1.4 Hvordan er deres SEO og Linkedbuilding opbygget

- 1.1.2 Foretag en overordnet analyse af potentielle kundesegmenter, herunder forhandlere af tæpper til campingvogne og andet udstyr og slutbrugere. Her fastlægges deres præferencer og adfærd med henblik på at identificere, hvordan Anntex bør markedsføre sig og på hvilke kanaler og platforme. I bør bl.a. undersøge:
 - 1.1.2.1 Hvem er kundegruppen og hvad kendetegner den (køn, demografi m.fl.)
 - 1.1.2.2 Hvilke præferencer har de
 - 1.1.2.3 Hvilke overvejelser gør de sig, når de forhandler nyt udstyr til campingvognen
 - 1.1.2.4 Hvilke kanaler benytter de sig af til at søge og indkøbe, fx bør camping portaler, facebookgrupper m.fl. undersøges.
- 1.2 Fastlæg hvorvidt Sverige, Norge og Tyskland vil være lukrativt at markedsføre sig mod. Herefter fastlægges, hvilke touch points og budskaber der virker på hvilke kanaler.
- 1.3 Kvalificer og afdæk, hvordan markedsføringen leverer til det tyske og danske marked gennem analyse af dataudtræk fra Facebook kampagner, -ads m.fl. Herefter skal I vurdere om resultaterne er tilfredsstillende eller, om det er nødvendigt med justeringer for at opnå ønsket resultater.
- 1.4 Foretag en sammenligning mellem nuværende markeders- og nye markeders performance med henblik på at fastlægge, hvorvidt alle segmenter og markeder kunne være lukrative og hvis ikke, hvilke Anntex og I skal satse på.
- 1.5 Fastlæg hvilke budskaber og markedsføringsstrategi der benyttes til de udvalgte markeder.

2. Fase: Gennemfør udvikling af de digitale markedsføringsindsatser for herefter at opstarte, teste og igangsætte drift og styring af den digitale marketingsstrategi og -indsatser.

- 2.1 Opsæt de 3-5 budskaber og fastlæg 2-3 kanaler i matrix med henblik på testning af de X antal interaktioner. Disse laves på landenes respektive sprog. I kan til de tyske og nordiske få hjælp af virksomhedens freelance oversætter, Maria.
- 2.2 Udarbejd content og værditilbud (fx værdiløsning på campistens udfordringer) til de X antal forskellige kanaler.
- 2.3 Udarbejd content til de forskellige niveauer afhængigt af medie og kanaler.
- 2.4 Teste og videreudvikle content til de forskellige interaktioner igennem Feedback loop, så de hele tiden tilpasses ud fra brugerinddragende indsigter.
- 2.5 Udvikle automatisering af leads samt opbygning af SEO i samarbejde med virksomheden.
- 2.6 Foretag en effektmåling af indsatserne ift., hvor meget trafik de forskellige indsatser har medført på de respektive kanaler og platforme med henblik på at vurdere, hvorvidt KPI'erne for projektet er opfyldt.

ØNSKET UDBYTTE FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med:

- ✓ Øget kendskab til primære målgruppe og deres behov
- ✓ Kortlagt hvilke markeder/lande der vil være lukrative for Anntex at markedsføre sig mod



- ✓ Igangsat og løbende styring af marketingsindsatserne.
- ✓ Udbredt kendskabet til Anntex, primært tæppedelen til lukrative markeder/lande og skabt øget trafik på deres kanaler og platforme.

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

- Kommunikation, formidling og PR.
- SoMe, Branding og digital markedsføring og E-Commerce.
- Markedsanalyse og internationalisering.
- Antropologi, filosof og psykologi.

TALENTPROFIL

Anntex er på udkig efter et talentteam, der kan være med til at udvikle virksomheden, ikke kun på et strategisk niveau, men også på det operationelle. Anntex ønsker af vækste og finde en ny marketingsprofil, der fremtidigt kan stå for de sociale medier og annoncering. Som talent får du muligheden for at forme de fremtidige opgaver gennem casens indsigter.

Virksomheden har en flad struktur, hvor alle løfter i flok. Du skal derfor have et godt humør og være klar på at hjælpe din kommende kollegaer med driftsopgaver, som de hjælper med sparring til jeres casearbejde. Du kommer derfor til at blive en del af virksomheden under dit caseforløb.

Virksomheden lever af deres kunder og der er derfor vigtigt, at du som person interesserer dig for mennesker, relationer og har et servicegen.

Anntex søger et team med friske og nye øjne, der har kendskab- eller finder den digitale branche og sociale medier interessant, hvad enten det er gennem analyser, content, markedsføring eller udvikling.

Hos Anntex vil man blive en del af en virksomhed, hvor der er højt til loftet og hvor man arbejder med frihed under ansvar. Virksomheden har indført en 4 dages arbejdsuge, hvorfor man bliver en del af kontoret fra mandag-torsdag. Virksomheden ønsker at finde et mangfoldigt talentteam præget af diversitet, men som samtidigt respekterer hinanden og giver plads til forskelligheder. Din uddannelse er derfor ikke afgørende, men derimod vægtes en åben, selvkørende og proaktiv personlighed højere.

Hvis du finder kunderettet marketing- og kommunikation interessant, så er dette casen for dig!