

Medica Pro

Medica Pro arbejder med mental trivsel med private og på danske arbejdspladser.

De hjælper danske virksomheder med at sikre at medarbejderne trives og har et godt arbejdsmiljø.

CASE: Udvikl en strategisk og operationel plan for arbejdet med digital marketing. Teamet arbejder på, hvordan Medica Pro kan sikre øget brand awareness og nye leads til salg.

OVERBLIK

Virksomhed	Medica Pro
Lokation	Hvidkærvej 42, 5250 Odense SV
Kontaktperson	Sandie Ribergaard, Salg- og marketingchef

VIRKSOMHEDSPROFIL

Medica Pro StressCenter er en privat virksomhed der er grundlagt af Mette Molberg, Speciallæge i almen medicin og stressspecialist. Mette var praktiserende læge indtil hun solgte sin klinik for at fokusere på behandlingen og forebyggelsen af stress. Med sig tog Mette sin 10årige erfaring med og udviklede en stressbehandlingsmetode og grundlagde Medica Pro.

Konceptet og metoden er forskningsbaseret og tager ligeledes udgangspunkt i Sundhedsstyrelsens retningslinjer samt nyeste viden indenfor stress. Derudover er konceptet gennemprøvet og har vist en eklatant behandlingseffekt på 95%.

Det er i dag fem år siden, at hun fandt et hul i markedet for stressramte. Medica Pro er i dag den eneste private organisation i DK der tilbyder evidensbaseret stressforebyggelse og behandlingsmetode på specialist niveau og kan håndtere, vurdere, rådgive og behandle alle stadier af stress, fra den lette til den svære medicinkrævende sygdomsrelaterede stressramte.

Medica Pro karakteriserer deres tilbud som Mercedesen i markedet. Deres tilbud kan deles op i 3 unikke services indenfor trivsel og stress-forebyggelse samt behandlingskoncepter:

1. Et online forløb med flere moduler til dem med lette stress symptomer
2. Et personligt behandlingsforløb til dem, der har stress.
3. En applikation til dem, der oplever mistro og/eller gerne vil arbejde forebyggende og med at forbedre den mentale trivsel.

Til at understøtte sig har de et landsdækkende netværk af +25 specialister og videns-medarbejdere tilknyttet. Netværket favner bredt, såsom speciallæger, psykologer og business coaches står til rådighed. Derudover har alle tilknyttede terapeuter og specialister gennemgået en stressspecialist uddannelse med dertilhørende eksamination.

Casen, som teamet skal arbejde med, kommer til at dreje sig om applikationen og de online forløb. Applikationen skal målrettes erhvervskunder hvor de online forløb er målrettet de private kunder.

CASEBESKRIVELSE

Medica Pro har en målsætning om at få gang i salget af deres digitale produkter. De har gennem 2022 udviklet deres web og applikation produkter, som de har investeret en del ressourcer i, både i form af tid og penge. Nu er de digitale løsninger klar til at komme ud på markedet og til det har de brug for at positionere sig rigtigt. Derfor har de brug for talenternes viden indenfor markedsføring til at udforme en strategi, som hurtigt kan testes af på markedet.

Målet er, at Medica Pro kan få leads, der leder til salg, men også en større synlighed og branding af virksomheden. Idet, at der i øjeblikket kun er 2 ansatte i virksomheden, skal strategien kunne håndholdes, hvorfor der er et udtrykt behov for automatiserede processer og løsninger for deres marketing. Idet at strategien og udførelsen af den skal være håndholdt, betyder det, at det ikke skal være en kompleks og stor løsning, men en som en enkelt medarbejder kan løfte i fremtiden.

Det er vigtigt, at teamet ikke kun udarbejder en strategi, men udfører den og tester dens effekt på målgruppen løbende.

KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser:

0. Fase: Onboarding og fastlæggelse af overordnet målsætninger.

- 0.1. Onboarding til Medica Pro, 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.

1. Fase: Dan et overblik af Medica Pros marked via desk research og interviews

- 1.1. Få indsigt i virksomhedens segmenter og produkter/services
 - 1.1.1 Hvilke kundesegmenter er der i dag og hvad er deres behov?
 - 1.1.2 Hvordan skaber Medica Pro mest værdi for dem?
- 1.2. Hvad er Selling Points og hvordan differentierer de sig i forhold til konkurrenter?
- 1.3. Beskriv virksomhedens strategiske situation ved hjælp af SWOT
- 1.4. Analysér konkurrencesituation og de parametre, der konkurreres på inden for de forskellige segmenter?
 - 1.4.1 Hvad gør konkurrenterne i forhold til online markedsføring
- 1.5. Interview kunder og potentielle kunder for Medica Pros målgruppe med henblik på at forstå dem, men også for at identificere markedsføringsmuligheder.
- 1.6. Indsaml erfaringer og indsigter fra personalet og samarbejdspartnere med henblik på at forstå målgruppen.
- 1.7. Kortlæg Medica Pros nuværende marketingsaktiviteter.

2. Fase: Udarbejdelse af marketing strategi og test den (se gerne fase 3)

- 2.1. På baggrund af resultaterne fra fase 1 skal teamet udvikle en online marketingstrategi. Nedenstående områder er eksempler, der kan inddrages. Teamet kan også tilføje eller fjerne elementer i samråd med Medica Pro.
 - 2.1.1 Formål
 - 2.1.2 Afsenderanalyse
 - 2.1.3 Målgruppeanalyse
 - 2.1.4 Konkurrentanalyse
 - 2.1.5 Strategiske approach (Hvad er det forventede ROI)
 - 2.1.6 Positionering (Hvad kan der laves content omkring)
 - 2.1.7 Distribution (de valgte kommunikationskanaler. Herunder, paid, owned, osv.)
 - 2.1.8 Data (GDPR – beskriv processen)
- 2.2. Justering af Medica Pros nuværende hjemmeside og SoMe kanaler
 - 2.2.1 Opdatering af brugerrejse, hvordan skal indhold organiseres så det er let tilgængeligt
 - 2.2.2 SEO og værktøjer til søgemaskine optimering
 - 2.2.3 Best practice guide til analyse værktøjer (google analytics etc.)
 - 2.2.4 Forespørgselsformular – hvordan sikrer de leads og et højt serviceniveau
- 2.3. Udvikling af konkret content
 - 2.3.1 Giv jeres bud på en contentplan og et årshjul.
 - 2.3.2 Lav et flow omkring nyhedsbrev og e-mail marketing
 - 2.3.3 Marketing automation sættes op
 - 2.3.4 Forbered content på tværs af de valgte kanaler
 - 2.3.5 Udvikle med udgangspunkt i en best practise en guide til effektiv content.
 - 2.3.6 Betalt annoncering og kampagner: Samarbejdspartnere eller in-house?

3. Fase: Løbende test, evaluering og optimering af strategien

- 3.1. Test, evaluer og optimer løbende den nye online marketingstrategi, så den er brugbar for Medica Pro fremadrettet. I kan med fordel anvende et forbedringshjul kaldet PDCA-hjulet.
 - 3.1.1 **PDCA** står for:
 - 3.1.1.1 **Plan:** Planlæg en aktivitet
 - 3.1.1.2 **Do:** Udfør og implementer.
 - 3.1.1.3 **Check:** Evaluer/måling og vurdering af resultater
 - 3.1.1.4 **Action:** Korrigering - opfølgning og ændringer

ØNSKET UDBYTTE FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med:

- ✓ En simpel marketing strategi, der er testet og påvist
- ✓ Automatiserede processer i marketing, der ikke kræver meget
- ✓ En marketing strategi, der leder til opmærksomhed, leads og i sidste ende, salg.

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN



- Marketing, digital markedsføring, automation
- Multimediedesigner, grafiker, web, data
- Tekstforfatning, kommunikation
- Erhvervsøkonom, salg

TALENTPROFIL

Medica Pro arbejder med og for mental trivsel på arbejdspladser, hvorfor det også er et stort fokusområde i deres egen forretning. Blandt andet arbejder de strategisk med det tredje verdensmål: Sundhed og Trivsel. Det ses blandt andet i de ressourcer som de aktivt prioriterer til deres medarbejdere og samarbejdspartnere.

Som medlem af det talentteam, der skal arbejde med Medica Pro, er det vigtigt, at du vægter følgende værdier: Ærlighed, selvkørende, er omgængelig og besidder et godt humør. Derudover skal du være opmærksom på, at du indtræder i en videnstung og videns-drevet virksomhed. Derfor skal du kunne omsætte den viden Medica Pro anvender i deres praksis til forståelig kommunikation til deres potentielle kunder. Virksomheden er dannet med fødderne på jorden og via hårdt arbejde, så deres arbejde opleves troværdigt og med høj kvalitet.

Du vil arbejde tæt med stifteren af virksomheden, Mette og salgs – og marketingchefen Sandie i dagligdagen, hvor I er med til at skabe en fremtid, hvor virksomheder kan give deres medarbejdere de allerbedste forudsætninger for mental trivsel.