

SoSu Vikaren

Et mindre vikarbureau med stor erfaring inden for det socialpædagogiske område og Sundhedssektoren, hvor de leverer akutte-, kortere- og længere vikariater og -vagter. SoSu Vikaren ønsker ikke at blive de største, men de bedste.

CASE: Kortlæg kunderejsen for det socialpædagogiske område med henblik på at udvikle- og identificere, hvilke budskaber markedsføringsmateriale skal lægge vægt på for at øge samarbejdsaftaler og salget.

OVERBLIK

Virksomhed	SoSu Vikaren ApS
Lokation	Vendersgade 1H, 1. tv, 7000 Fredericia
Kontaktperson	Michella Meyer, Ejer og Jane Hyltoft, Partner.

VIRKSOMHEDSPROFIL

SoSu Vikaren ledes og ejes af Michella Meyer, som er pædagog og social & sundhedsassistent. Michella har mere end 15 års erfaring i vikarbranchen, og startede virksomheden på baggrund af en stor efterspørgsel fra tidligere samarbejdspartner (respirationsvagten), der efterspurgt pædagogisk- og sundhedsfagligt personale.

Michella og virksomheden ønsker at gøre en forskel for både borgere og medarbejdere indenfor det pædagogiske område samt i sundhedssektoren. Michella har fortsat selv vagter, da hun ønsker at kunne opretholde sine kompetencer, samtidigt med, at hun har indgående indblik i, hvordan dagligdagen fungerer, og hvordan de forskellige medarbejdere i virksomheden har det.

I dag har virksomheden en fordeling på 70/30-procent i henhold til deres to forretningsområder, som er; *pleje inden for sundhedssektoren* og *det socialpædagogiske område*. Virksomheden har lagt en ambitiøs vækststrategi, og ønsker at øge andelen inden for det socialpædagogiske område væsentligt i 2023, da der foreligger et uudnyttet potentiale. SoSu Vikaren har i forvejen mange ressourcer til området, der efterspørger flere timer, hvorfor det er nemmere at finde pædagoger/vikarer til området.

Virksomheden har indtil nu ikke benyttet sig af opsøgende salg, da de potentielle kunder selv har henvendt sig. Virksomheden har indtil nu nedprioriteret Out-bound salg/ opsøgende salg, selvom det potentielt indeholder et stort potentiale for at udvikle og vækste virksomheden. Men grundet mangel på kompetencer, og "lyst", er denne opgave blevet nedprioriteret.

Virksomheden ønsker derfor at undersøge og kvalificere det socialpædagogiske område, med henblik på at optimere deres omsætningsmuligheder.

CASEBESKRIVELSE

For at kunne realisere deres ambitiøse vækststrategi, og mål for 2023, skal bureauet sikre et solidt fundament og udgangspunkt for deres marketings- og salgsindsatser, hvilket især er rettet mod det socialpædagogiske område. SoSu Vikaren har i nogen grad et stærkt kendskab til beslutningstagernes ønsker i henhold til deres udbud, men et begrænset indblik i deres parameter og budskaber for at indkøbe vikarløsninger.

SoSu Vikaren ønsker derfor at danne sig et kvalificeret overblik over, hvad der ligger til grund for ledelses- og indkøbsbeslutningstagerne hos de socialpædagogiske steder i trekantområdet. Herunder, hvordan deres købsrejse ser ud, og hvordan SoSu Vikaren markedsfører sig mod og efterkommer de behov. Virksomheden har selv igangsat flere indsatser med henblik på en stærkere markedsføringsstrategi, men har qua deres gunstige vækst ikke nået videre, hvorfor de mangler ressourcerne og kompetencerne hertil. De ønsker derfor at finde et stærkt team, som via friske og objektive øjne kan være med til at løfte organisationen. Det kommende team skal kortlægge kunderejsen inden for det socialpædagogiske område med henblik på at identificere hvilke parametre SoSu Vikaren skal markedsføre sig på med henblik på at skabe nye samarbejdsmuligheder, øge omsætningen og positionere sig på markedet.

Virksomheden har allerede fastlagt en SoMe-strategi, og talenterne skal derfor ud fra indsigterne, kvalificere hvilke indsatser der bør optimeres og lægges ekstra vægt på. Herefter skal teamet udvikle markedsførings- og salgsmateriale, der kan skabe nye potentielle samarbejdsmuligheder.

Som talentteam starter man ikke fra bunden, da virksomheden allerede har gjort sig nogle overvejelser, og lagt en overordnet strategi, men som skrevet mangler de kompetencerne og ressourcer til at føre det i mål. Kommende team skal derfor validere og kvalificere strategien gennem deres kortlægning for herefter at udarbejde kvalificeret indhold og materiale.

Teamet vil gennem forløbet ses som en forlængelse af nuværende stab, hvorfor der vil være tæt og løbende sparring.

KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser:

0. Fase: Onboarding og fastlæggelse af overordnet målsætninger.

- 0.1. Onboarding til SoSu Vikaren, 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: Kortlægning eller analysearbejde

- 1.1 Udarbejd en markedsanalyse for det socialpædagogiske marked med henblik på at kvalificere markedspotentialet. Her skal I blandt andet afdække:
 - 1.1.1 Potentielle markeder i trekantområdet
 - 1.1.2 Størrelse, økonomisk potentiale og muligheder
 - 1.1.3 Hvilke indtrængningsbarrierer kan der være
 - 1.1.4 Hvilke uforløste behov er der for de respektive markeder
 - 1.1.5 Hvilke udbud findes der allerede
 - 1.1.6 Samarbejdsmuligheder
 - 1.1.7 Beslutningstagere for de respektive markeder
 - 1.1.8 Benytter de ofte vikarmuligheder og hvilke?
- 1.2 Ud fra markedsanalysen udarbejdes der en kortlægning af beslutningstagernes kunde- og købsrejse. Det kan gøres gennem kvalitative- og kvantitative indsigter som for eksempel interviews, spørgeskemaer og field research. Her skal I blandt andet kortlægge:
 - 1.2.1 Beslutningstagernes prioriteringer
 - 1.2.2 Hvad ligger til grund for deres ledelsesbeslutninger
 - 1.2.3 Hvad vægter de
 - 1.2.4 Hvor søger de efter udbydere ved behov (kanaler/platforme)
 - 1.2.5 Hvem har de benyttet til nu
 - 1.2.6 Deres økonomiske ramme
- 1.3 Foretag mønstergenkendelse, ved at kigge på Best practice i markedet. Hertil vurderes, om disse mønstre kan overføres til det socialpædagogiske markeds beslutningstagere og deres digitale footprints med henblik på at fastlægge, hvilke touch points og budskaber, der virker og på hvilke kanaler.

2. Fase: Fastlæg hvordan SoSu Vikaren bør fremtræde for at efterkomme beslutningstagernes efterspørgsel, positionere sig i markedet samt tilsikre alignment til virksomhedens værdier og nuværende tilbud.

- 2.1 Fastlæg SoSu Vikarens unikke værditilbud for det socialpædagogiske område
- 2.2 Vurder om virksomhedens nuværende tilbud matcher det socialpædagogiske behov, eller om der skal foretages nogle justeringer.
- 2.3 Ud fra indsigterne i analysen i fase 1 skal der udarbejdes beregninger på følgende:
 - 2.3.1 Besparelser, som kan hentes gennem vikartimer hos SoSu Vikaren. Dette kan udarbejdes på flere parametre såsom for eksempel færre sygedage og økonomiske besparelser herved. Dertil skal analysen identificere, hvilke parametre I skal udarbejde beregninger på.
- 2.4 Fastlæg hvilke parameter markedsføringsmateriale skal lægge vægt på for at øge samarbejdsaftaler og salget.

3. Fase: Udarbejd markedsførings- og salgsmateriale, der skal sikre øget efterspørgsel fra det socialpædagogiske område.

- 3.1 Udarbejde white papers, der indeholder besparelsesområder, som man får gennem SoSu Vikarens ydelser. Disse kan med fordel indeholde business cases med tidligere kunders beretninger.
- 3.2 Udarbejd indhold til de forskellige platforme
- 3.3 Udarbejd et salgspitch, der kan benyttes til at skabe kontakt til potentielle kunder, såsom for eksempel en mailskabelon indeholdende punkter fra pkt. 3.1.
- 3.4 Undersøg om virksomhedens nuværende CRM-system, kan benyttes som et værktøj til at systematisere arbejdsprocessen for det kommende salg, eller om de skal benytte andet (hertil udarbejder teamet anbefalinger).

ØNSKET UDBYTTET FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med:

- ✓ Større kendskab til beslutningstagernes prioriteringer, og behov inden for det socialpædagogiske område.
- ✓ Udarbejdet markedsførings- og salgsmateriale, der kan validere og dokumentere SoSu Vikarens ydelser til det socialpædagogiske område.

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN SOM VIRKSOMHEDEN SELV EFTERSPØRGER

- Psykologi, folkesundhedsvidenskab og filosoffer.
- Antropologi
- Kommunikation, marketing, formidling, branding, PR og digital marketing.
- Markedsanalyse, databehandling og forretningsudvikling.
- Økonomi og finans.
- Offentlig administration

TALENTPROFIL

SoSu Vikaren er et mindre bureau, der sætter en ære i ordentlighed og kvalitet. Virksomheden sætter derfor høje krav til deres medarbejdere, som skal brænde for arbejdet med mennesker, der har behov for pleje og omsorg.

Det er ikke en nødvendighed, at du som kommende talent, selv har arbejdet inden for dette område, men du skal ønske at arbejde med administrative opgaver, der kan sikre, at bureauets medarbejdere kan gøre en forskel, og forene sig med virksomhedens værdier.

Virksomhed leder efter et projektteam, der kan være med til at ekspandere virksomheden gennem dokumenteret arbejdsprocesser og stærk markedsføring mod det socialpædagogiske område. Dette er et nyt arbejdsområde (kompetencebehov) for virksomheden, hvorfor de leder efter selvkværende profiler, gerne med en projektleder i gruppen, der kan sikre fremdrift og resultater gennem valide dataundersøgelser.

Man skal som profil være åben, lyttende og samarbejdsvillig. Hertil, vil man skulle arbejde i en branche med mange snitflader og behov. Du skal derfor besidde et drive, og kunne drive dine egne opgaver med en professionel tilgang.

Teamet vil foruden Michella også have en tæt daglig kontakt med også Jane Hyltoft, partner i virksomheden, der sammen vil være ansvarlige for de ugentlige opfølgningsmøder. SoSu Vikaren er en flad organisation, hvor der gives stor frihed, ansvar og mulighed for indflydelse. Samtidig forventes det, at medarbejdere og teamet udviser initiativ, engagement og professionalisme. Dertil skal det kommende team arbejde fleksibelt, hvorfor der ligeledes er mulighed for ugentlige hjemmearbejdsdage.