

YachtBroker

YachtBroker er Skandinaviens største kæde af bådmæglere. Firmaet har eksisteret i 20 år, hvilket betyder, at YachtBroker stor erfaring med handel med brugte lystbåde. YachtBroker repræsenterer hele Skandinavien lokalt via flere franchisetagere.

CASE: Udvikl en overordnet go-to-market plan for YachtBrokers nye tilbud, der skal testes af i en række udvalgte lande. Der skal blandt andet ses nærmere på brugernes oplevelser, digital marketing, partneraftaler og konceptudvikling.

OVERBLIK

Virksomhed	YB Network ApS
Lokation	Frederikshøj 3 A, 5700 Svendborg
Kontaktperson	Mette Marburger, Kontorleder og forretningsudvikler

VIRKSOMHEDSPROFIL

YachtBroker Network er én af Skandinaviens største kæder af bådformidlere, hvilket vil sige handel med brugte lystbåde - lige fra mindre sejl- og motorbåde til superyachter. Virksomheden har eksisteret i 20 år, og har udviklet sig fra at være en selvstændig mæglervirksomhed til en franchisevirksomhed. Hovedkontoret er placeret med en fantastisk udsigt på havnefronten i Svendborg, hvor caseteamet vil have sin daglige arbejdsplads.

YachtBroker er en effektiv organisation, der fornyelig har fået tilført kapacitet - både monetært men også i form af en fremadsynet bestyrelse. Sammen formår de at hjælpe og understøtte deres cirka tyve franchisetagere, der hovedsageligt er placeret i Nordeuropa. YachtBroker og deres franchisetagere kan defineres som ejendomsmæglere, blot for lystbåde i stedet. Disse franchisetagere er alle nøje udvalgt i forhold til, hvor de er placeret, hvilke havne der er i nærheden, hvor stor aktivitet der er og hvor attraktivt området er. Dette er blot nogle af variableerne, der ses nærmere på.

Til deres franchisetagere leverer YachtBroker Network et kendt brand og et nøglefærdigt koncept bestående af back-office systemer, webportal samt alle nødvendige redskaber til at etablere og skabe en lokal yachtmægler-virksomhed. I deres daglige arbejde er missionen at være den foretrukne professionelle sparringspartner, når man skal købe eller sælge en lystbåd.

YachtBroker har tidligere deltaget på et Lead the Talent forløb med en anden case. Mette, der vil blive teamets kontaktperson på denne case, var selv et Talent og deltog på Yachtbrokers seneste forløb og blev ansat. Nu kommer hun til at sidde på den anden side af bordet, men vigtigst af alt, så er hun fortrolig med processen og kan således guide det valgte team.

CASEBESKRIVELSE

YachtBrokers bestyrelse har fornyeligt lagt ambitiøse mål for de kommende år, hvor denne case er en af de elementer, der skal løfte YachtBroker til det næste niveau. Det har blandt andet vist sig i en ny hjemmeside med en række features, der gør det lettere at købe båd og tilbehør. Ambitionerne er især store i Europa, hvor der findes markeder med uudnyttet potentiale. For at understøtte ambitionerne har bestyrelsen også udtrykt et ønske om at engagere sig i talentteamets arbejde, hvilket giver talentgruppen en unik mulighed for at udforske et sådant samarbejde.

YachtBroker er ved at udrulle deres nye tilbud kaldet YachtBroker Community. Hvilket vil sige, at når kunden opretter sig med en profil på hjemmesiden kan vedkommende vælge at deltage i et nyt og spændende sejler-fællesskab, hvor bådejere - eller -interesserede, kan opnå en masse fordele, som eksempelvis kontante fordele hos YachtBrokers samarbejdspartnere og meget mere.

YachtBroker har behov for, at der bliver lavet en køreplan - eller sejlplan – for det nye Community. Det vil kræve, at arbejdet påbegyndes i ét marked, hvor erfaringerne opsamles og leder til en overordnet go-to-market plan, der sidenhen skal testes af i en række udvalgte markeder. Herunder skal der ses nærmere på brugerens rejse, den digitale marketing og yderligere konceptudvikling. Teamet skal gerne kunne se sig selv som et projektteam, der skal bidrage med at åbne et nyt forretningsområde for YachtBroker samtidigt med, at de er i stand til at levere nye ideer og give ny inspiration til den lille organisation med de store ambitioner.

KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser:

0. Fase: Onboarding og fastlæggelse af overordnet målsætninger.

- 0.1. Onboarding til YachtBroker, 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: Undersøgelse af markeder

- 1.1 Udvælg et marked, såsom et af de nordiske lande eller Tyskland, som skal undersøges med henblik på at få samarbejdspartnere til YachtBroker Community.
 - 1.1.1 Hvilke samarbejdspartnere vil være interessante at have med.
 - 1.1.1.1 Identificer sammen med YachtBroker hvilke kriterier samarbejdspartnere skal udvælges på.
 - 1.1.2 Hvordan er konkurrencesituation i markedet
 - 1.1.2.1 Hvad tilbyder konkurrenterne deres kunder
 - 1.1.2.2 Hvordan markedsfører de sig og via hvilke kanaler
 - 1.1.3 Interview nuværende og potentielle samarbejdspartnere og Community-brugere med henblik på at forstå deres behov.

2. Fase: Udvikling af en marketingplan

- 2.1 Data og indsigterne fra 1. Fase skal anvendes i tilbuddets nye marketingplan
 - 2.1.1 Udarbejd kundepersonaer og kunderejser for de respektive markeder

- 2.1.1.1 Hvilke typer melder sig til YachtBrokers Community?
 - 2.1.1.1.1 Eksempel - Persona 1: Købestærk, Persona 2: Potentiel kunde, Persona 3: Ingen købsinteresse
- 2.1.1.2 Hvordan er den succesfulde rejse for en kunde ind i Community og videre derefter i markedet.
- 2.1.2 Find ud af hvordan YachtBroker bedst kan markedsføre deres partnere i markederne på.
- 2.1.3 Udarbejd digitalt markedsføringsmateriale om, hvorfor man skal vælge YachtBroker som samarbejdspartner.

3. Fase: Test planen for det valgte marked af på et nyt

- 3.1 Hvordan kan I anvende go-to-market planen i andre markeder.
 - 3.1.1 Træk essensen fra jeres resultater ud fra jeres hidtidige arbejde
 - 3.1.1.1 YachtBroker så gerne, at teamet ender ud med en mere teoretisk køreplan, som de kan anvende aktivt på nye markeder.

ØNSKET UDBYTTE FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med:

- ✓ En køreplan for YachtBrokers nye tilbud, der er testet af og kan implementeres løbende på nye markeder.
- ✓ Nye indsigter og viden
- ✓ Nye ideer, koncepter og inspiration

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

- Projektleder, projektkoordinator, projektstyring
- Strategi, forretningsudvikling, virksomhedskommunikation
- Internationalisering, sprog og kulturforståelse - herunder er tyskkundskaber et stort plus
- Markedsanalyse, projektledelse, antropologi
- Salg og digital markedsføring, grafisk design, story-telling,
- Interesse for både eller det maritime miljø er et stort plus
- Gode danskegenskaber er nødvendigt for at lykkes i denne case.

TALENTPROFIL

YachtBroker Network er en mindre arbejdsplads, hvor du som talent vil dele kontor med ledelsen og være helt tæt på, hvor tingene sker. Du kommer til at være en del af et lille intenst udviklingsmiljø i et åbent kontormiljø. Virksomheden har stor erfaring med at arbejde med nyuddannede, akademiske talenter og vil være en god sparringspartner i projektet. Det betyder også, at teamet vil opleve at få indsigt i hele dagligdagen og det "at være med i det hele".

Der er flere af medarbejderne der rejser og ofte er ude af huset til fremvisninger, men de vil altid være tilgængelige på diverse medier, så I hurtigt kan få svar på jeres spørgsmål. Det er derfor også vigtigt at du er selvkørende og selv kan opsøge hjælp, hvis behovet opstår.

De leder efter et alsidigt projektteam, der kan arbejde selvstændigt og tage beslutninger, som sikrer fremdrift og et godt flow. Det vil være godt med nogen i teamet, der har erfaring med både eller den maritime industri ligesom tyskegenskaber vil være meget interessant. Omvendt er virksomheden et rart og sjovt sted at være, hvor der er en fantastisk udsigt - måske den bedste på Fyn. Derudover stopper toget tæt på adressen til dem, der ikke bor i nærheden af Svendborg.

Teamet vil blive inviteret med på en bådmesse indenfor de første par uger af deres opstart. Messen er placeret i Fredericia og vil finde sted over weekenden, hvorfor det vil være op til den enkelte at deltage.

Casen har stor strategisk betydning og vil være noget, virksomheden bruger fremadrettet. Så hvis du vil arbejde med en case, der kommer til at flytte noget i den virkelige verden, og hvor du kan følge resultaterne af dit arbejde, er dette den helt rette case for dig.