

Comwell A/S

Comwell A/S er en dansk hotelkæde, der ejer og driver hotel-, spa- og konferencecentre i primært Danmark, bestående af 16 hoteller i Danmark og ét i Sverige. Comwell har fire primære forretningsområder: Møder og konferencer, forretningsovernatninger, privatophold og spaophold.

CASE: Som sæsonpræget virksomhed oplever Comwell væsentlig mindre aktivitet i vintermånederne og i sommerferien. Med udgangspunkt i deres innovationstrategi ønsker Comwell at optimere deres potentiale hele året rundt og udvikle nye ideer og forretningsområder. Målet er at skabe en øget omsætning i deres 4 lavindtjeningsmåneder med løsninger, der kan tilbydes til både nuværende og nye kundegrupper.

OVERBLIK

Virksomhed	Comwell A/S
Lokation	Claus Bergs Gade 7, 5000 Odense
Kontaktperson	Henrik Hjorth, Strategidirektør

VIRKSOMHEDSPROFIL

Comwell A/S er en dansk hotelkæde, der ejer og driver hotel-, spa- og konferencecentre i primært Danmark, bestående af 16 hoteller i Danmark og ét i Sverige. Hotelkæden introducerede konferencecenterkonceptet i Danmark i 1969 og i 1992 introducerede de spakonceptet i Skandinavien. Selve navnet Comwell stammer fra det engelske ord wellcome.

I dag fokuserer Comwell primært på fire områder, som ofte går hånd i hånd: Møder og konferencer, forretningsovernatninger, privatophold og spaophold. Talentteamet vil primært have deres fokus på Comwell's B2B forretning

En tradition for innovation

Comwell var de første til at introducere danskerne for et mødekoncept. Det var tilbage i 1969 og gennem årene har de videreudviklet konceptet. Hvilket ses ved, at Comwell i fire år i træk vandt prisen for 'Bedste mødekoncept'. Deres store erfaring med at facilitere møder og konferencer betyder, at de med deres hoteller og venues placeret i hele landet, kan huse alt fra de helt store konferencer og events til små møder med få deltagere. Det har blandt andet ledt til, at Comwell tilbyder videokonferencer, hybridmøder og live-stream events for ikke at tale om deres mere traditionelle tilbud.

Comwell gør meget ud af, at deres kunder skal have en skræddersyet oplevelse idet, at de arbejder efter, at 'one size does not fit all'. Det har også medført, at de er kendt for branchens bedste knowhow i mødeplanlægning. En af årsagerne skal findes i, at Comwell har udviklet en prisvindende rådgivningsservice kaldet MeetingDesign.

Derudover var Comwell også en af de første til at udvikle et co-working koncept på hoteller i Danmark. Her indrettede Comwell deres hoteller med arbejdsområder, som forretningsfolk kunne anvende til kortvarigt arbejde, møder eller andet. Løsningen har også appelleret til, at forretningsrejsende har haft et større incitament for at vælge Comwell, når de skulle overnatte.

Faciliteterne er noget, som alle Comwell's gæster nyder godt af på tværs af 16 hoteller og et i Sverige. Her er det muligt at nyde hyggelige get-aways, smagfulde gourmetophold, afslappende miniferier,

weekendophold og enkle overnatninger. I 1992 introducerede Comwell deres spahoteller, hvor tre af deres hoteller i dag tilbyder en ultimativ forkælelse til deres gæster via massage, unikke spafaciliteter med mange forskellige bade tæt ved smuk natur.

CASEBESKRIVELSE

Comwell har en stor og stolt tradition med at tilbyde deres gæster unikke oplevelser igennem innovative løsninger. Derfor arbejder Comwell aktivt med deres innovationsstrategi, hvor de ønsker at videreudvikle en stærk innovationskultur og løbende skabe nye koncepter og tiltag indenfor nuværende og fremtidige forretningsområder. Arbejdet med innovation skal adressere og komme med løsninger på strategiske udfordringer for Comwell.

En af disse strategiske udfordringer er, at Comwell og hotelbranchen som helhed har en større omsætning i nogle måneder end andre. Comwell har en sund B2B forretning i de traditionelle højsæsoner for konferencer, events, møder og forretningsophold. Som en sæsonpræget forretning bliver de dog ramt på bundlinjen, når deres B2B kunder har mindre aktivitet i forbindelse med, eksempelvis ferieperioder - særligt i vintermånederne og i sommerferien, da mange virksomheder ikke ønsker at afholde større møder og konferencer i disse måneder. Udfordringen er dermed, at omsætningen daler, mens de faste omkostninger forbliver de samme. Det sagt kan der være forskel fra hotel til hotel idet, at nogle hoteller er mere ramt end andre, men problemstillingen er generel på tværs af de fleste hoteller.

Comwell har et stort ønske om at optimere deres potentiale hele året rundt. Derfor vil de have, at talentteamet skal se nærmere på de 4 måneder om året (december, januar, februar og juli måned), hvor Comwell ikke genererer deres ønskede omsætning. Fokus for casen bliver at identificere nye forretningsideer, der har et stort omsætningspotentiale. Comwell ønsker dermed at udvikle ideer til, hvad de kan bruge deres nuværende ekspertise, lokaler og medarbejdere til. Men de er også interesserede i at undersøge, hvilke andre forretningsmuligheder og markeder som Comwell kan tilbyde til nuværende og nye kundegrupper.

Teamet skal ikke fokusere på at nedbringe omkostninger, som et led af deres proces. Fokus skal være på at udvikle nye services og koncepter, der kan skabe omsætning for Comwell hele året rundt, men særligt under deres 4 lavindtjeningsmåneder.

Teamet skal i sidste ende ud med at lave et konceptkatalog med velargumenterede og innovative forretningsideer med stort omsætningspotentiale for Comwell's B2B tilbud. Måske kan teamet endda finde et femte og helt nyt forretningsområde, som kan leve op til Comwell's stolte traditioner for innovation.

KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser:

1. **Fase: Onboarding og fastlæggelse af overordnet målsætninger.**
 - 1.1. Onboarding til Comwell og deres værdier, strategier, kultur og det marked, de operer i.
 - 1.2. Onboarding af Comwells brand samt nuværende løsninger og tilbud.
 - 1.3. Forventningsafstemning: Frekvens af feedback og løbende sparring.



- 1.4. Dybdegående introduktion af udfordringer og ønsket resultater.
- 1.5. Diskuter de forskellige faser og vægtning/prioritering af opgaver, så tiden bliver brugt optimalt.
- 1.6. Fastlæg arbejdsfordeling, kalenderstyring, mødetider mv.

1. Fase: Identificer hvilke udfordringer Comwell møder i deres lavindtjeningsmåneder

- 1.1 Få indsigt i økonomien for hele året og under lavindtjeningsmånederne.
- 1.2 Interview henholdsvis Michael, Lene, Simon og Henrik med henblik på at få deres input til, hvilke udfordringer Comwell møder i deres lavindtjeningsmåneder.
- 1.3 Interview få nuværende og tidligere kunder med henblik på at få indsigter, feedback og forbedringsforslag fra Comwells nuværende målgruppe.

2. Fase: Undersøg markedet og få indblik i markedstrends

- 2.1 I Identificer hvordan andre hoteller i og udenfor Danmark håndterer de samme måneder.
 - 2.1.1 Er der andre, der ikke oplever de samme udfordringer?
 - 2.1.1.1 Hvad er årsagen til det?
 - 2.1.1.2 Hvilke tilbud og koncepter har de, hvor stor succes har de med det, hvordan differentierer de sig fra Comwell etc.
- 2.2 Undersøg hvordan andre typer af sæsonprægede virksomheder håndterer lavindtjeningsmånederne
 - 2.2.1 Eksempler kan være, men er ikke begrænset til virksomheder indenfor oplevelsesøkonomien og turistbranchen som f.eks. rejseselskaber, festivaler, restaurationer, forlystelsesparker etc.
 - 2.2.2 Undersøg ligeledes virksomheder i udlandet og få inspiration derfra
- 2.3 Undersøg hvilke brancher og forretninger der oplever særlig øget aktivitet i de måneder, hvor Comwell har mindre aktivitet
- 2.4 Identificer hvor der særligt kan være et overlap mellem disse aktiviteter og Comwells nuværende værdikæder, forretningsmodel, ressourcer og kompetencer
- 2.5 Udarbejd spørgeskemaer til Comwells medarbejdere og eventuelt udvalgte kunder og bed dem komme med ideer til den overordnede problemstilling og potentielle nye forretningsområder som Comwell kan tilbyde i disse måneder

3. Fase: Udarbejd en række temaer, arbejdsspørgsmål og senere konceptidéer, der kan skabe omsætning for Comwell

- 3.1 Identificér mønstre eller trends ud fra den indsamlede viden.
- 3.2 Udarbejd konkrete temaer og arbejdsspørgsmål med udgangspunkt i det samlede data grundlag.
- 3.3 Afhold en række brainstormsessioner (både i teamet og eventuelt sammen med medarbejdere og eksterne) og udvikl idéer.
 - 3.3.1 I denne fase er alle idéer velkomne, kreative som konventionelle.



4. Fase: Kvalificér jeres idéer og præsentér de udvalgte for Comwell

- 4.1 Afdæk de idéer med det største forretningspotentiale og beskriv de overordnede koncepter i er kommet frem til sammen med de tilhørende forretningsmodeller for hvert koncept.
 - 4.1.1 Vurder og prioriter jeres idéer ud fra relevans, ressourcer og økonomi, værdi, profitpotentiale og match med Comwell's brand.
 - 4.1.1.1 Teamet kan med fordel tage udgangspunkt i en Business Model Canvas, SWOT, Værdikædeanalyse og/eller andet, når idéerne skal kvalificeres.
- 4.2 Udvælg de bedste koncepter som Comwell skal arbejde videre med at implementere. Det kan eksempelvis være:
 - 4.2.1 Koncepter der kan have en stor effekt, men også kræve mange ressourcer
 - 4.2.2 Koncepter, som kan have en stor effekt, hvor Comwell allerede har ressourcerne
 - 4.2.3 Koncepter der kan have en mindre effekt, hvor Comwell ressourcerne og er nemme at implementere.
- 4.3 Nedskriv idéerne i et konceptkatalog og lav en præsentation med jeres kvalificerede idéer og præsentér dem for Comwell.

ØNSKET UDBYTTÉ FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med:

- ✓ Et katalog med velargumenterede koncepter, som Comwell kan arbejde videre med.
- ✓ En detaljeret præsentation af de bedste konceptidéer vurderet af teamet samt en præsentation af de resterende i overskrifter.

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

- Kreative profiler
- Innovation, design, erhvervsøkonomi, procesforståelse, forretningsudvikling
- Informationsteknologi
- Marketing, kommunikation og salg

TALENTPROFIL

Comwell leder efter kreative og innovative profiler, der kan fungere i en dagligdag, hvor tempoet er højt og hvor fokus er på at skabe unikke serviceoplevelser for andre mennesker. Du vil komme til at arbejde tæt med ledelsen i Comwell koncernen, hvorfor du vil få en sjældent udbudt mulighed for at komme helt tæt på udviklingen af Comwell's næste tilbud. Det vil kræve, at du kan indgå i et team der skal arbejde selvstændigt, med hvor du og teamet får sparring fra den øverste ledelse.

Du skal forvente at tage til Kolding for at mødes med ledelsen undervejs i forløbet i forbindelse med caseløsningen.

Hvis du ønsker at have en direkte indflydelse på en af markedslederne i den danske hotelbranches næste markedstilbud, så er dette casen for dig.

