

PAYS

PAYS er bygget på næsten 20 års ekspertise med data og salg. PAYS er skabt af Danmarks førende kommunikationsvirksomhed for velgørende organisationer: CharityGuard. CharityGuard samarbejder med de fleste store danske nonprofitorganisationer.

CASE: PAYS er interesseret i at udvikle et nyt digitalt sikkerhedsprodukt. Talentteamet skal blandt andet udarbejde en business plan samt en mock-up af løsningen

OVERBLIK

Virksomhed	PAYS ApS
Lokation	Gråbrødreplads 4, 2., 5000 Odense C
Kontaktperson	Benjamin Kold, Corporate Support & Communications Manager Thomas Muus, Co-Founder

VIRKSOMHEDSPROFIL

PAYS er etableret i 2018 og drives af de samme mennesker, som ejer CharityGuard. CharityGuard har siden 2004 hjulpet de største - og de mindste - danske Nonprofitorganisationer med at øge deres ressourcer, kommunikere på deres vegne, forbedre forholdene for udsatte mennesker, dyr og natur og optimere på organisationernes data.

CharityGuard, og dermed PAYS, har mange års erfaring med håndtering af millioner af medlemsdata og erhvervsdata og konsekvent måling på output og etik. Denne erfaring har givet dem en helt unik måde til at øge indtægter og datakvalitet ved hjælp af optimering på data. At drive CharityGuard kræver, at arbejdet med data og datasikkerhed altid er fuldstændig 'up to date', hvorfor de også har jurister ansat til at følge lovgivning nøje. At drive CharityGuard kræver også omfattende viden om kommunikation, målgrupper og segmenter. Og netop den samlede unikke årelange viden og erfaring med data, datakvalitet og at skabe resultater herfra betyder, at der opleves en stigende efterspørgsel på PAYS services fra danske virksomheder.

Ønsket med PAYS er at gøre arbejdet med data brugbart, konstruktivt og forståeligt med både etik og økonomi i fokus for alle små som større virksomheder og organisationer.

Salgs- og marketingteams kan spilde mange timer om måneden på opkald og e-mails til eksempelvis forældede kontakter eller ugyldige emails. Uden kontinuerlig vedligeholdelse vil data stagnere og forfalde med op til 35% årligt. GDPR kræver desuden, at data skal opbevares i kortest mulig tid. Og med GDPR følger også, at data, der gemmes - til enhver tid skal være korrekte og ajourførte. Mere nøjagtige data reducerer spildtid. Data-vask sikrer, at kundens datakvalitet optimeres, minimerer Compliance opgaven ift. GDPR samt øger sikkerheden i deres organisation.

CASEBESKRIVELSE

PAYS arbejder på at åbne sit kundemarked endnu mere op. Historisk har PAYS' kunder hovedsagligt været nonprofitorganisationer. PAYS er nu i gang med at arbejde sig ind på det private marked. Helt konkret arbejder de på måder, hvorpå de kan omsætte deres gode resultater for nonprofitorganisationerne til private virksomheder.

PAYS vil udvikle dataprodukter, som har en bred etisk, moralsk og økonomisk appel. PAYS har en god produktidé indenfor det digitale sikkerhedsområde, som vil være et godt supplement til deres nuværende ydelser. De er interesseret i, at et team af talenter udforsker markedet for digital sikkerhed og herefter kan udarbejde en visuel mock-up af selve produktet. Med produktet ønsker PAYS, at der følger en business plan, der også er økonomisk attraktiv for PAYS og deres interessenter.

Det digitale sikkerhedsprodukt er oplyst med flere detaljer, som er kendt af virksomheden, hvor talenterne vil få mere at vide ved opstarten.

KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser:

0. Fase: Onboarding og fastlæggelse af overordnede målsætninger.

- 0.1. Onboarding til virksomheden, deres vision, værdier, nuværende strategi og generelt det marked og den branche, som virksomheden 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 ønskede 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 i teamet, således I internt ved, hvem der er ansvarlig for hvilke opgaver/områder

1. Fase: Intern afklaring

- 1.1 Afklar det problemområde, som PAYS gerne vil levere et digitalt sikkerhedsprodukt til.
 - 1.1.1 Interview ledelsen, - hvorfor de har valgt netop dette produkt.
 - 1.1.2 Interview nogle, der har oplevet konsekvenserne af problemområdet
 - 1.1.3 Vurder markedets behov for et nyt sikkerhedsprodukt
 - 1.1.4 Undersøg markedets størrelse og potentiale.
 - 1.1.5 Kortlæg de seneste trends for digital sikkerhed for de seneste - og kommende år

2. Fase: Udarbejd en markedsanalyse for det nye produkt

- 2.1 Foretag en analyse i forhold til konkurrenter, der er i markedet i dag med lignede produkter. Herunder undersøges:
 - 2.1.1 Hvordan positionerer/markedsfører konkurrenterne sig?
 - 2.1.2 Hvad er deres unikke værditilbud?
 - 2.1.3 Hvilke kanaler henvender de sig igennem?
 - 2.1.4 Hvordan har de kommercialiseret deres produkt
 - 2.1.5 Analyser konkurrenternes styrker og svagheder
 - 2.1.5.1 Beskriv hvordan PAYS og produktet adskiller sig fra konkurrenterne.

2.2 Foretag en målgruppeanalyse med henblik på at afdække potentielle behov. Herunder undersøges fx:

2.2.1 Hvem er interessenter og målgruppen?

2.2.2 Kvalitativ afdækning af målgruppens behov, samt hvilke behov de ikke får dækket tilstrækkeligt i dag, og hvad forventer målgruppen i dag?

2.2.3 Afdækning af, hvem der vil være de oplagte interessenter for PAYS

2.2.3.1 Er det banker, e-handelsvirksomheder, politiet, store virksomheder eller andre?

2.2.3.1.1 Hvad er deres behov og forventninger for et sådant produkt?

3. Fase: Udarbejd en visuel mock-up/prototype af produktet

3.1 På baggrund af tidligere desk-research og interviews udarbejdes en visuel (Interaktiv) mock-up eller en prototype af produktet, der kan demonstrere dets funktioner og fordele for kunder/brugere.

3.1.1 Hvilke funktioner skal produktet have?

3.1.2 Hvordan skal brugernes oplevelse være og se ud?

3.1.2.1 Hvordan vil brugervenligheden være?

3.1.2.1.1 Hvordan vil det se ud hvis en på 16 år bruger produktet? Hvad med en på 85 år?

3.1.3 Skal produktet integreres med andre af PAYS eksisterende tilbud?

3.1.3.1 Kan AI være en del af løsningen?

3.1.4 Kan platformen bære en høj kapacitet af brugere på samme tid?

3.1.5 Hvordan skal interaktionen med produktet være?

3.1.6 Hvordan skal PAYS og produktet beskytte sine brugeres data?

3.1.7 PAYS er interesseret i at få leads fra produktet til PAYS' andre løsninger, hvordan kan de gøre det?

4. Fase: Lav en business plan for sikkerhedsproduktet

4.1 På baggrund af tidligere indsamlet data udarbejdes en Business Model Canvas for at synliggøre, hvordan produktet kan kommercialiseres for PAYS' interessenter

4.1.1 Kommercialiseringen skal være via en moralsk og etisk løsning.

4.2 Udarbejd en beskrivelse af det nye sikkerhedsprodukt og dets potentielle fordele for virksomheden og dens kunder.

4.2.1 Hvilke markedsførings- og salgsbudskaber kan identificeres?

4.2.2 Hvilke USP'er har det nye produkt?

5. Udarbejd en handlingsplan for de kommende måneder

5.1 Lav en handlingsplan for den videre udvikling af produktet

5.1.1 Hvad mangler I?

5.1.2 Hvordan kommer I videre herfra?



5.1.3 Hvad vil det koste?

5.1.4 Hvilke milepæle og deadlines har I samt PAYS?

ØNSKET UDBYTTTE FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med:

- ✓ En visuel mock-up af det digitale sikkerhedsprodukt
- ✓ En business plan for det nye produkt
- ✓ En præsentation for interne nøgleinteressenter

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

- UX'ere, cand. IT
- IT-front-end udvikling (back-end udviklere kan også deltage)
- Salg og marketing
- Dataindsamling, design thinking, kreative processer
- Innovation, forretningsudvikling, økonomi og forretningsforståelse.
- Opsøgende og udadvendt
- Økonomisk / Cand.merc.

TALENTPROFIL

Som en del af teamet hos datavirksomheden PAYS får du lov til at arbejde med og i en virksomhed, der udspringer fra og fortsat har et tæt og dagligt samarbejde med CharityGuard. CharityGuard hjælper med at skabe sociale forandringer ved at hjælpe organisationer, der beskytter dyr, vores planet, og sårbare mennesker.

Formålet med dette projekt er at beskytte danskere mod at blive udnyttet i det digitale univers. Derfor vil du få en unik mulighed for at udvikle et produkt, der vil gøre en reel og målbar forskel, hvis produktet lykkes.

Så, hvis du ikke er bange for at vende ting på hovedet, tænke i forretningsgange eller udvikle nye løsninger, så er dette casen for dig.

Hos Charity Guard og PAYS er det vigtigt, at man brænder for noget – at man kan mærke det. Det er ligegyldigt, om det er for at kode eller at gå til spejder - så længe passionen er der, og man er stolt af den. Dertil er det essentielt, at man opfører sig ordentligt, moralsk og etisk, idet du også repræsenterer virksomhedens kunder, der naturligt inkluderer mange af de danske velgørende organisationer.

Der er højt til loftet hos PAYS, og du vil indgå i en virksomhed, der aktivt prioriterer diversitet på arbejdspladsen. Miljøet er uformelt og uhøjtideligt, og med frihed under ansvar med en klar forventning til, at du aktivt tager ansvar for din målrettede indsats i arbejdet.

