

Clebiz

Clebiz er tilbudsregner til rengøringsvirksomheder, som muliggør at deres kunder nemt kan udregne tidsforbrug, rengøringsfrekvenser, personaleomkostninger, transport, tilbudspriser og meget mere. Clebiz er en abonnementsløsning og er cloudbaseret og kan derfor tilgås fra enhver enhed.

CASE: Clebiz har et optimeringspotentiale for at konvertere deres gratisbrugere til betalende brugere og siden fastholde dem på Clebiz's abonnementsløsning. For at opnå det, vil Clebiz gerne se nærmere på kunderejsen så de kan udvikle en plan for salget og se, hvor kunden har brug for support undervejs. Derfor skal teamet blandt andet også udvikle supportmateriale, såsom videoer, en chatbot eller andet.

OVERBLIK

| | |
|---------------|--|
| Virksomhed | clebiz |
| Lokation | Landbrugsvej 16, 5260 Odense S |
| Kontaktperson | Maria Ellebøgg, Koordinator Fiaz Ul-Hassan, CEO |

VIRKSOMHEDSPROFIL

clebiz er et salgsværktøj, der baner vejen for de i rengøringsbranchen, som har et behov for tilbudsregning. Værktøjet er udviklet af og med fagfolk og eksperter fra rengøringsbranchen. Med clebiz er det muligt for virksomheden at udregne et komplet tilbud til deres kunde, hvor blandt andet timepriser, kørsel, materiale og løn indgår. Indbygget i værktøjet findes et mindre CRM-system, som rengøringsvirksomheden kan anvende til at gemme tilbud, noter og påmindelser under hver af deres kunder.

clebiz er en SaaS virksomhed (Software as a Service), hvilket betyder, at værktøjet er digitalt og giver dens brugere mulighed for at oprette forbindelse til og bruge den cloudbaserede app via internettet.

Måden hvorpå, at clebiz får sine kunder er ved, at de opretter en gratis bruger. Den gratis bruger får således adgang til værktøjet og dens funktioner. Forskellen på den gratis løsning og den betalte er, at brugeren af den gratis løsning kun kan sende ét månedligt tilbud om måneden og at man er tilladt at have maksimalt 3 kunder. Med Pro versionen kan brugeren bruge clebiz ubegrænset mod at betale kr. 895 pr måned.

clebiz er en del af en familie af tilbud til rengøringsbranchen, hvori cleco og clemata også indgår.

cleco er et mødested for rengøringsbranchen, hvor det er muligt at møde ligesindede, udveksle erfaringer, få ny viden og netværke.

clemata er et system, der hjælper virksomheden i rengøringsbranchen med at håndtere medarbejderplanlægning, opgaver, ferie/fravær, timeantal, kunder, løn og mere.

clebiz er den anden af denne familie af virksomheder, der deltager i et LEAD THE TALENT forløb, hvor clemata tidligere har deltaget som en del af SMP Rengøringssservices case. Personerne bag ved derfor, hvordan de arbejder med et talentteam. Der er gode muligheder for at flere, og ikke kun én, kan modtage et jobtilbud hos clebiz.

CASEBESKRIVELSE

Clebiz har et behov for at få flere betalende, tilfredse brugere – og, at brugerne fastholder deres abonnement. Salgsværktøjet er testet, ibrugtaget og fungerer, som den skal. Opgaven ligger i at øge salget af clebiz.

For at kunne sælge clebiz så godt som muligt, er det vigtigt, at talenterne analyserer kunderejsen for at identificere de afgørende punkter, hvor kunderne stopper deres abonnement og hvorfor de gratis brugere ikke konverteres til en betalende bruger.

I sidste ende vil clebiz gerne stå tilbage med en plan for, hvordan de kan sælge clebiz bedst til deres målgruppe. Dertil vil de gerne stå med en oversigt af kunderejsen, hvor det er identificeret, at kunden har brug for salgssupport. clebiz vil gerne, at talentteamet også laver eksempler på salgssupport som kan anvendes undervejs på kunderejsen eksempler kan være support opkald, e-mails, videoer, chatbots, FAQ eller andet.

KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser:

0. Fase: Onboarding og fastlæggelse af overordnet målsætninger.

- 0.1. Onboarding til virksomheden, 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 blandt teamet, således I internt ved, hvem der er ansvarlig for hvilke opgaver/områder

1. Fase: Dan et overblik over clebiz nuværende marketing indsatser

- 1.1 Kortlæg virksomhedens interne marketingsværktøjer, herunder:
 - 1.1.1 Hvad bliver brugt
 - 1.1.2 Hvad kan de
 - 1.1.3 Hvordan bruges de
 - 1.1.4 Hvem bruger dem
 - 1.1.5 Hvor succesfuld er indsatserne

2. Fase: Gennemgå kunderejsen for clebiz

- 2.1 Analysér kunderejsen – lige fra marketing til nuværende erfaren bruger.
- 2.2 Undersøg hvor mange gratis brugere der kommer fra marketing

- 2.3 Undersøg hvor mange brugere der går fra at være en gratis bruger til at blive en betalende bruger. Og omvendt hvor mange gratis brugere der ikke konverterer.
 - 2.3.1 Tal med nuværende brugere for at høre:
 - 2.3.1.1 Hvad der gjorde, at de blev betalende brugere.
 - 2.3.1.2 Hvad de syntes om systemet.
 - 2.3.1.3 Hvad de gerne vil have mere eller mindre af.
 - 2.3.1.4 Hvilken support for de – og hvilken support har de brug for.
 - 2.3.1.5 Hvor meget bruger de clebiz
 - 2.3.1.6 Og mere
 - 2.3.2 Tal med gratis brugere, der ikke konverterede til en betalingsløsning
 - 2.3.2.1 Hvorfor skrev de sig op som gratis brugere
 - 2.3.2.2 Hvad syntes de om salgsværktøjet
 - 2.3.2.3 Hvor meget bruger de værktøjet
 - 2.3.2.4 Hvad er udslagsgivende for, at de ikke vil betale for løsningen
 - 2.3.2.5 Hvad skulle der til, for at de vil betale for løsningen
 - 2.3.2.6 Og mere
 - 2.3.3 Tal med tidligere brugere, der har betalt for løsningen
 - 2.3.3.1 Hvorfor bruger de ikke længere værktøjet
 - 2.3.3.2 Hvad var de glade for og hvad var de ikke så glade for i værktøjet
 - 2.3.3.3 Hvad skulle der til for, at de forblev betalende brugere
 - 2.3.3.4 Og mere.

3. Fase: Plan for salg og support

- 3.1 Identificer de afgørende områder i kunderejsen, hvor kunderne kan have brug for hjælp og støtte.
 - 3.1.1 I kunderejsen, hvor den gratis bruger oplever problemer, bliver frustreret eller mister interessen, kan clebiz pinpointe support- og salgsmuligheder.
 - 3.1.1.1 Identificer hvilke incitamenter clebiz kan præsentere for den gratis bruger med henblik på at blive en betalende kunde.
 - 3.1.1.1.1 Eksempler kan være salgsopkald, en mail, en kampagne eller andet.
- 3.2 Identificer hvilket supportmateriale til, der vil støtte brugerne i hele deres kunderejse.
 - 3.2.1 Det kunne være videoer, chatbots, FAQ-sider og andre former for interaktivt indhold, der kan hjælpe brugerne med at få mest muligt ud af produktet og føle sig understøttet.
- 3.3 Udvikling af supportmateriale: For at støtte brugerne i hele deres kunderejse bør virksomheden udvikle supportmateriale, der adresserer de afgørende punkter, som de har identificeret i trin 1. Dette kan omfatte videoer, chatbots, FAQ-sider og andre former for interaktivt indhold.
 - 3.3.1 Udvælg og udarbejd det supportmateriale, som teamet har udvalgt til de afgørende punkter i kunderejsen.
- 3.4 Udarbejd en plan for salg og supportløsningen for clebiz baseret på alle faser hidtil.



3.4.1 Præsenter planen, en detaljeret kunderejse og udvalgt supportmateriale som er produceret for ledelsen af clebiz.

ØNSKET UDBYTTE FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med:

- ✓ En plan for salget af clebiz
- ✓ En detaljeret kunderejse
- ✓ Supportmateriale

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

- Salg, salgsorienteret
- Digital marketing
- Digital profil
- Programmeringsprofiler til crash tests, gennemgang af kode og sparring med udviklingsteam
- Supporter
- Analytisk profil
- Akademikere
- Projektledere

TALENTPROFIL

I rengøringsbranchen er det forventet, at man er udadvendt, har et servicegen og er i stand til at løse de konflikter, der kan opstå. Det er derfor også forventet at talenterne i teamet besidder de kvaliteter. Det er ligeledes vigtigt, at talenterne besidder et mere eller mindre salgsgen eller har lyst til at arbejde nærmere med området.

Teamet vil indtræde i en flad organisation, hvor der er højt til loftet. De vil være en del af et åbent- og frit miljø, hvor talenterne vil få frihed under ansvar til at løse deres opgaver. Talenterne kan derfor selv være med til at præge den rolle, som en eller flere kan få som resultat af casen. Det betyder, at clebiz har et reelt behov for at fastansætte de rigtige kandidater efter LEAD THE TALENT's High Potentials forløb.