

# Investering & Feriebolig

Investering og Feriebolig A/S blev grundlagt i 2020, har på kort tid tiltrukket over 550 aktionærer. Virksomhedens formål er at give endnu flere medejerskab over et bredt udvalg af ferieboliger i Europa, med fokus på at levere en god og langsigtet investering til aktionærene. Dette understreger virksomhedens vision om at give alle mulighed for at investere i egne ferieboliger og opleve Europas fantastiske feriedestinationer.

CASE: Investering & Feriebolig leder efter et talentteam, der via markedsføringstiltag, kan øge kendskabsgraden af deres tilbud; investering i ferieboliger, udlejning af ferieboliger og ferieboligrejser. Teamet skal blandt andet analysere markedet og implementere markedsføringstiltagene.

## OVERVIEW

Virksomhed	Investering & Feriebolig A/S
Lokation	Frederiksberggade 6, 6640 Lunderskov
Kontaktperson	Bjarke Wolmar, Direktør

## VIRKSOMHEDEN

Bjarke Wolmar er CEO og stifter af Investeringsselskaberne: Investering og Klima – Studiebolig – Seniorbolig – Feriebolig. Derudover har Bjarke også stiftet European Business Forum. Han har startet flere iværksætterprojekter, efter en lang erhvervskarriere med topposter i flere virksomheder i Trekantområdet. Bjarkes erfaring, knowhow og store netværk gør ham i stand til at søsætte projekter og få dem etableret i et højt tempo. Igennem hans iværksætterprojekter er det lykkedes at skabe arbejdspladser til unge dimittender og skabe bæredygtige virksomheder.

Bjarke Wolmar har tidligere deltaget på LEAD THE TALENT forløb, hvorfor han kender til processen og ved, hvordan han bedst kan bistå talenterne. I forlængelse heraf er var virksomheden Investering og Studiebolig regionsfinalister i Syddanmark for Akademikerprisen.

Akademikerprisen er en erhvervspris, der hylder de små og mellemstore virksomheder, som med ansættelsen af akademikere har skabt resultater. Prisen bliver uddelt af Akademikernes A-kasse. Bjarke Wolmar og hans team ved derfor, hvad det drejer sig om, når det handler om at arbejde med akademikere og forløse deres talent.

Nedenfor følger et overblik over alle investeringsvirksomhederne. Det er udelukkende for at give caseteamet et indblik i, hvordan virksomhederne opererer. Teamet der skal arbejde med denne case, har sit fokus på Investering og Feriebolig.

## INVESTERING OG STUDIEBOLIG

Som aktionær i selskabet har man anvisningsret til mere end 250 studieboliger i København, Århus og Odense. Selv opnår man et fornuftigt, langsigtet afkast, som indtil videre har været på mellem 6-8 procent efter inflation. Investering og Studiebolig blev stiftet i 2015 og har i dag tæt på 1.000 aktionærer.

## INVESTERING OG FERIEBOLIG

Investering og Feriebolig A/S blev stiftet i 2020 af Bjarke Wolmar og har nu mere end 550 aktionærer. Deres formål er at give endnu flere medejerskab over et bredt udvalg af ferieboliger i Europa. Det skal ske som en god og langsigtet investering for deres aktionærer. Alle fortjener at opleve de mange skønne feriedestinationer, Europa har at byde på. Hos Investering & Feriebolig

har de en klar vision – mange flere skal have mulighed for at investere i egne ferieboliger i nogle af Europas skønneste områder.

## INVESTERING OG SENIORBOLIG

Konceptet skaber rammerne for et aktivt og spændende seniorliv med fælles aktiviteter og faciliteter. Konceptet er enkelt og gennemprøvet. Man kan blive aktionær fra 110.000 kr. og får samtidig fortrinsret til en attraktiv seniorbolig, samt et afkast. Selskabets strategi er at købe og opføre seniorboliger med centrale placeringer ift. de større byer i Danmark.

## CASE BESKRIVELSE

Investering og Feriebolig har et behov for at øge kendskabsgraden og implementere nye markedsførings tiltag inden for tre af deres tilbud. Disse tre tilbud omhandler investering og feriebolig, udlejning af feriebolig samt investering og ferieboligrejser.

For at udarbejde markedsførings tiltag, så vil det være nødvendigt at undersøge deres nuværende markedsføring og foretage en markedsundersøgelse for at opnå en dybdegående forståelse af markedet. For at optimere den senere salgsindsats skal teamet også studere best-practice fra konkurrenter inden for aktiesalg og rejsebranchen. Formålet vil være at finde værdifulde indsigter og muligheder for differentiering på markedet. Analyserne vil i sidste ende danne grundlaget for udviklingen af salgs- og marketingsinitiativer med det overordnede mål at opnå en mangedobling kendskabsgraden af Investering og Feriebolig.

De nye salgs- og marketingsinitiativer vil omfatte en bred vifte af tiltag, der spænder fra online og offline metoder til PR-aktiviteter. Helt konkret ønsker Investering og Feriebolig at de nye tiltag også inkluderer en forbedring af deres nyhedsbreve, udarbejdelse af presseartikler og udarbejdelse af oversigter over pressemuligheder og kontakter. Yderligere vil der blive lagt vægt på at videreudvikle den eksisterende netværksplatform på Facebook, som aktionærer allerede er engagerede i.

Størstedelen af casens arbejde vil gå på at implementere og teste de nye markedsføringsinitiativer og tiltag. Samlet set vil casen kræve en praktisk tilgang til salg og marketing, hvor strategiske beslutninger understøttes af analyser, kreativ tænkning og en omhyggelig implementering af forskellige markedsføringsværktøjer på både online og offline platforme.

## KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser:

- 0. Fase: Onboarding og fastlæggelse af overordnet målsætninger.**
- 1. FASE: Analysering af marketinginitiativer**

- 1.1 Start med en dybdegående analyse af virksomhedens nuværende salgs- og marketingsinitiativer for hvert af de tre tilbud (Investering og Feriebolig, Udlejning af feriebolig, Investering og Ferieboligrejser).
- 1.2 Lav desk-research for at forstå markedet, konkurrenter, og trends.
  - 1.2.1 Identificer best-practice eksempler fra konkurrenterne og find ud af, hvilke practices Investering og Ferieboligs med fordel kan anvende.

## 2. FASE: Udvikling af markedsføringsstrategi

- 2.1 Udarbejd en SWOT-analyse for hver af de tre tilbud, og anvend gerne konklusionerne fra fase 1.
- 2.2 Formuler konkrete forslag til nye salgs- og marketingsinitiativer og tiltag

## 3. FASE: Implementering og test af markedsføringstiltag

- 3.1 Udform en implementeringsplan.
- 3.2 Udvikl artikler til presse og oversigter over pressemuligheder og kontakter for at øge mediedækningen og eksponeringen af virksomheden.
- 3.3 Optimer og videreudvikle netværksplatformen på Facebook, hvor aktionærer allerede er aktive, for at styrke online tilstedeværelse og engagement.
- 3.4 Inddrag best-practice principper i udviklingen af bedre beskrivelser af ferieboliger, muligheder, oplevelser og transport for at forbedre kundens forståelse og interesse.

### ØNSKET UDBYTTÉ FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med

- ✓ En bedre kendskabsgrad
- ✓ Nye markedsføringstiltag, der understøtter Investering & Ferieboligs tilbud.

### RELEVANTE KOMPETENCER

- ✓ Salg, digital markedsføring og marketing.
- ✓ Kommunikation • Analytiske profiler
- ✓ Interviews, dataindsamling og databearbejdning
- ✓ Forretningsudvikling og innovation

### TALENTPROFIL

Du vil blive en del af en virksomhed med meget åbne rammer i forhold den daglige arbejdsgang som eksisterer i virksomheden.

Derudover bliver du en del af et mindre team, så det forventes at man som talent har et åbent sind og kan tage ansvar for arbejdsområdet fra starten. Det store spillerum som eksisterer i virksomheden, gør at du vil komme til at have en stor indflydelse på virksomheden og dens arbejdsopgaver. Så det forventes at du er klar til at byde ind med dit synspunkt på opgaverne, og hvordan de kan løses bedst muligt.



LEAD THE  
TALENT

Der sker rigtig meget i virksomheden, derfor skal man være klar på hurtigt at sadle om og ændre fokus. Dette vil gøre at du vil blive udfordret på dine kompetencer og find nye måde at bruge dine tillærte kompetencer på. Du vil også opleve, at teamet kan komme til arbejde med nogle af de andre Investerings områder undervejs i projektet.



LEAD THE  
**TALENT**