

OPARKO

Innovativt parkeringsvirksomhed, der samarbejder med alle typer virksomheder. OPARKO tilbyder fleksible løsninger skræddersyet til den enkelte kundes behov. Med alt fra app til kameraløsninger.

CASE: Færdigudvikle OPARKOs fragmenterede salgsmode og sikre alignment i leverance-modellen med henblik på at styrke salgsafdelingen, i at opnå øget salg og flere partnerskaber.

OVERBLIK

Virksomhed	OPARKO
Lokation	Trindsøvej 4, 8000 Aarhus C
Kontaktperson	Simon Høy Kristensen og Kasper Daae

VIRKSOMHEDSPROFIL

OPARKO blev stiftet tilbage i 2015 med en vision om at innovere parkeringsbranchen, ved at give råderetten tilbage til de respektive parkanter.

OPARKO er i dag en SaaS-løsning, der tilbyder egenkontrol af parkeringsarealer gennem en app-løsning. Dertil tilbyder virksomheden kameraløsninger, egenkontrol, vagtkontrol, ladestandere og udlejning i forlængelse af app-løsningen.

OPARKOs målsætning er at være den største, bedste og mest foretrukne udbyder af parkeringsløsninger i Danmark. Denne målsætning ønsker de at opnå gennem kontinuerlig udvikling, hvor de forsøger at nytænke parkeringsløsninger.

Qua deres innovative måde at drive forretning på, formår de at sætte kunderne og deres behov i første række. Virksomheden samarbejder med alle typer af virksomheder, alt fra beboerforeninger, kommunale institutioner, kommuner mfl., hvor OPARKO skræddersyer løsninger til kunder som fx Securitas, DEAS, Siemens mfl.

Virksomheden har de seneste år oplevet en stigende vækst. I 2021 flyttede OPARKO ind i nye lokaler og beskæftiger i dag 12 funktionær medarbejder.

OPARKO har opnået en stor markedsandel på det danske marked, herunder også med større internationale kunder. De næste år vil OPARKO ekspandere til nye markeder og lande med deres SaaS-løsning, hvilket vil kræve at de fokuserer på at opnå flere partnerskaber, og derigennem sælge deres SaaS-løsning. Udfordringen er, at virksomheden endnu ikke har en færdigudarbejdet salgsmode, som kan sikre smide processer i og øge virksomhedens chancer for succes, nye partnerskabsaftaler og vækst.

CASEBESKRIVELSE

OPARKO har i dag en fragmenteret salgsmode, hvor mange delelementer er på plads og bruges, men sammenhængen kunne være bedre. I dag har de en række internationale kunder i Danmark. Men hvis virksomheden skal ekspandere og vækste yderligere, kræver det en færdig og dokumenteret salgsmode.

OPARKO ønsker dertil at udvikle en bedre sammenkobling mellem deres salgsindsats og hvad der sker i den efterfølgende leverance.

Gennem interviews med nuværende kunder skal teamet identificere, hvilke paramenter de har købt ind på og hvornår, så de kan identificere OPARKOs USP'er. Teamet skal herefter gennemgå OPARKOs afterflow i leverancen ved at kigge deres CRM-system (Hubspot) og vurdere, om der skal foretages justeringer for at matche kundernes behov.

OPARKO ønsker derfor at finde et stærkt kommercielt team, der kan være med til at færdigudvikle en dokumenteret salgs- og leverancemodell, hvor aktiviteter og ønskede KPI'er i de enkelte faser er på plads, og tilsikre alignment disse.

OPARKO operer i dag med 2 forskellige kundegrupper:

- B2B – Her står OPARKO for administrationen bag parkeringsappen, hvorfor det oftest er samarbejdspartnere.
- B2C – Her er kunderne oftest nybyggeri/beboerforeninger, hvor OPARKO udfører kontrol med eksisterende p-selskaber.

Det forventes derfor, at teamet fokuserer på B2B segmentet, og gennem projektet fokusere på det danske marked, der senere kan skaleres til internationale kunder.

KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser:

0. Fase: Onboarding og forventningsafstemning af forløbet og overordnet målsætninger.

1. Fase: Afdæk og valider hvilke elementer i den fragmenterede salgsmodeL der virker og hvilke der skal opdateres eller udvikles med henblik på at færdigudvikle den fragmenterede salgsmodeL

- 1.1 I samarbejde med OPARKO udvælges de danske kunder, som I må interviewe med henblik på at fastlægge, hvad der har været vigtige i salgsprocessen for dem mod købet.
- 1.2 Ud fra indsigterne skal I identificere forbedrings- og optimeringspunkterne for virksomhedens nuværende tilgange og processer.
- 1.3 Færdiggøre den aktuelle fragmenterede salgsmodeL. Herunder udarbejdes:
 - Beskrivelse af modellen
 - Fastlæg KPI'er til de forskellige salgsfaser
 - Forklaring/visualisering af selve rejsen i salgsmodeLlen skal laves i en form for flowchart
- 1.4 Udvikle onboardings materiale (beskrivelse) til salgsmodeLlen og leverancemodeLlen, så resten af organisationen også forstår processen.
- 1.5 Afdæk tidligere wins med henblik på at beskrive cases fra tidligere projekter/kunder med henblik på at udvikle mere stærkere salgsmateriale. Fastlæg herefter hvor disse forankres i modellen.

2. Fase: Tilsikre at der er alignment mellem salgsmodellen og leverancemodellen med henblik på at styrke salgsafdelingen og tilhørende værktøjer og processer.

- 2.1 Ud fra kundeindsigterne i fase 1.1 udarbejdes hvilke USP'er (unikke salgs pointer), som fungerer på nuværende kunder, og derfor kan skaleres til andre kunder og indgå i salgsmodellen.
- 2.2 Tilsikre at der er alignment mellem salgsmodellen og leverancemodell. Dette gøres bl.a. ved:
 - 2.2.1 Gennemgå virksomhedens afterflow i deres CRM-system (Hubspot) med henblik på at kvalificere og de mails og information der bliver sendt af sted matcher identificeres USP'er og salgsmodellen. Hvis ikke de gør, så skal der udvikles og foretages de nødvendige justeringer.
 - 2.2.2 Overstående proces skal formentlig gentages over flere gange til man ser en positiv effekt. Dette kan f.eks. være gennem respons på udsendt afterflow/emails.

3. Fase: Implementering og forankring af den nye salgsmodel.

- 3.1 I samarbejde med virksomheden køres der en trial and error periode, hvor der løbende testes på de nye foretag for at kunne fastlægge og forankre salgsmodellen gennem projektperioden.

ØNSKET UDBYTTET FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med:

- ✓ Opbygget salgsmodel og -tragt, der visualiserer, hvordan OPARKO fremadrettet skal arbejde med salg.
- ✓ Valide indsigter i, hvordan OPARKO kan skabe øget salg.

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

- Projektstyring, Innovation og entreprenørskab
- E-commerce
- Antropologi
- Salg, kommerciel forretningsforståelse og forretningsudvikling.
- Teknisk flair og IT-kyndig og forståelse for, hvordan forskellige IT-systemer spiller sammen.

TALENTPROFIL

OPARKO er en innovativ virksomhed, der konstant forsøger at nytænke- og udvikle sig med henblik på at være de bedste i branchen. Virksomheden er derfor på udkig efter ambitiøse og professionelle profiler, der ønsker at være med på deres vækstrejse.

OPARKOs kendetegnes ved en flad struktur, hvor der ikke er langt fra tanke til eksekvering. Virksomheden ønsker derfor at finde pragmatiske profiler, der tør arbejde ud fra learning-by-doing princippet og eksekvere på opgaverne.

Som team får man derfor stort medansvar og involvering. Det kræves derfor, at du er selvstændig, en do'er, involverende og gør dig umage. Dertil vil du samtidigt blive en del af en ung, social og dynamisk virksomhed, hvor fællesskabet vægtes højt.

Casearbejdet vil omfatte megen datahåndtering. Du skal som talent på denne case derfor være detaljeorienteret, struktureret og stærk til at håndtere data og derefter systematisere det. Dertil skal man have flair for IT eller være vant med IT, da virksomheden tilbyder en SaaS-løsning, hvorfor der primært arbejdes i forskellige IT-programmer.

Gennem projektet håber OPARKO at finde kommercielle profiler med teknisk flair, som kan blive deres fremtidige Junior Customer Success Manager, som kan agere som support og rådgiver.



LEAD THE
TALENT