

# Ex3

Ex3 People er en konsulentvirksomhed, der leverer værktøjer til medarbejder- og organisations-udvikling. Virksomhedens formål er at bidrage til at sætte de bedste rammer for ledelse samt at sikresunde og bæredygtige arbejdspladser med fokus på den 3 dobbelte bundlinje, gennem data og dialog.

CASE: Ex3 People ønsker at få udarbejdet en ny eller forbedret brandings strategi, som skal understøtte virksomhedens salgsaktiviteter rettet mod B2B markedet. Strategien skal ligeledes være med til at styrke Ex3 People's økonomiske målsætninger for 2024-2025, og være med til at positionere virksomheden på markedet.

## OVERVIEW

Virksomhed	Ex3 People – Tools & Education
Lokation	Alhøjvej 2, 8660 Skanderborg
Kontaktperson	Annette Klausen Bengtsson (CSO)

## VIRKSOMHEDEN

Ex3 People (herefter Ex3) er en HR Tools & Educationsvirksomhed, der leverer værktøjer til medarbejder- og organisationsudvikling. Gennem data og dialog er Ex3s formål at bidrage til at sætte de bedste rammer for ledelse samt at sikre sunde og bæredygtige arbejdspladser, hvor resultater på flere bundlinjer får en balanceret opmærksomhed. Virksomheden tilbyder med PCI-analysen (People Culture Indicators), et værktøj til databaseret ledelse, der skal sikre bevidste valg samt målrettede indsatser, der skaber værdi.

I dag udbyder Ex3 forskellige udviklingsmodeller, procesværktøjer, analyser, certificeringer, uddannelser og foredrag.

Ex3 har derudover ageret som succesfuld værtsvirksomhed på tidligere forløb hos LEAD THE TALENT, hvorfor man som talent kommer ind i en organisation, der er godt gearret til at skabe optimale rammer for et kommende talentteam.

Virksomheden er en mindre virksomhed, som dog har store strategiske ambitioner for fremtiden. Foruden Ex3s ansatte, uddanner og certificerer de også konsulenter og ledere via deres kurser og ydelser. Disse er en vigtig del af at skabe ambassadører for konceptet, idet målet er at de bruger værktøjerne i deres arbejde og har lyst til at dele deres begejstring med nye potentielle kunder. Ex3 har de seneste år arbejdet intensivt på at starte deres salgsaktiviteter af deres ydelser til B2B markedet. De er gået fra faserne "*konceptualisering-test-revurder-forbedre*" af deres produktportefølje, og er parate til at gå videre fra fasen "*proof of product*" til "*proof of business*". Virksomheden har for året 2024 store forventninger til den økonomiske indtjening, som skal stige markant, og ligeledes være med til at modne Ex3 position samt arbejde for større know-how blandt potentielle kunder på markedet.

Ex3 har op til salget arbejdet hårdt og professionelt for at skabe de bedste rammer, for at kunne angribe markedet med den rette fortælling om virksomheden og deres nytænkende måde at arbejde med B2B virksomheder og vejen mod en mere bæredygtig organisationskultur.

Intensiveringen af de strategiske projekter og operationelle arbejdsopgaver har medført en organisation i fremdrift, dog med manglende øjne og hænder til at konceptualisere videre på den rette fortælling om virksomhedens ydelser, som skal styrke indsalget til potentielle nye kunder.



## CASE BESKRIVELSE

Ex3 har været igennem en modnings- og identitetsfase de seneste år, hvor man har arbejdet hårdt for stå klar og professionelt med et værditilbud til B2B markedet. Der er blevet lagt klare strategiske retninger for at kunne udfordre tilgangen til at arbejde med bæredygtig organisationsudvikling, som er et tema man større virksomheder begynder at kigge på qua ESG-rapportering, via Ex3s ydelser og produkter.

Teamet skal indledningsvis have en forståelse for det arbejde, som Ex3 har lavet vedr. branding og strategien herom i forhold til forhenværende salg. Derefter skal der foretages en intern analyse via dybdeinterviews af virksomhedens ansatte, for at få kortlagt de ansatte forståelse om storytelling af deres ydelser på B2B markedet til deres kunder. Denne analyse skal danne grundlag for at tage indsigter med ind i arbejdet for at optimere den nuværende branding strategi. Analysen skal også skabe indsigt til at analysere virksomhedens forskellige led af deres værdikæde, som bliver berørt af branding og kommunikation.

Kombineret med den interne analyse skal teamet også have en forståelse og indsigt i, hvordan virksomhedens nuværende kunder, tidligere og potentielle kunder oplever fortællingen om virksomhedens produkter og ydelser. Teamets indsigter skal være med til at kunne udfordre den nuværende tankegang, for derefter at kunne optimere strategien, som skal styrke salget til kunderne.

Baseret ud fra ovenstående kvalitativ analyse, begynder teamet at kigge på den nuværende brandings strategi og kommunikation, og arbejder med at optimere denne ud fra valgte analysepunkter, som teamet og virksomheden sammen definerer løbende i projektet. Ex3 ønsker ikke at lave en klassisk målgruppeanalyse, men vil gerne have, at teamet fokuserer at lave en målgruppe analyse ud fra kriterier, som der skal defineres, men der kan bl.a. være fokus på kundernes: Modenhed, forståelse på virksomhedens område, nysgerrighed til at arbejde for en mere bæredygtig organisationskultur mv.

Teamet skal undervejs i deres analyse implementere og teste på deres strategi, for at se, hvad der kan virke, og hvad der ikke kan virke. Der er stor fokus på at arbejde agilt til projektet, og iterationer fra kunder og virksomheden er afgørende for disse test i test-fasen.

Ved afslutningen af projektet, skal teamet udfærdige en konkret branding- og kommunikationsstrategi, som er blevet testet og revideret undervejs af teamet og Ex3. Strategien skal understøtte de salgsmæssige aktiviteter og mål, som virksomheden har lagt for 2024-2025.

Projektet kommer til at blive båret i tæt samarbejde med Ex3, men man vil som team komme til at have stor indflydelse på retningen og de løbende resultater, som skal præsenteres og implementeres.

Nedenstående arbejdsfaser er et udgangspunkt, og der vil kunne forekomme ændringer undervejs i de 8 uger, hvis teamet finder findings, der ændrer retningen. Denne vurdering laves og afstemmes løbende med teamet og Ex3.

## KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser:

0. Fase: Onboarding og fastlæggelse af overordnet målsætninger.



LEAD THE  
TALENT

- 0.1 Virksomheden og teamet gennemgår dokumentet "*den gode onboarding*", som LEAD THE TALENT sender til virksomheden og kandidaterne. Herefter laver H2O og teamet en plan for den generelle onboarding

## 1. FASE: Forståelse og kortlægning af den nuværende branding og kommunikationsstrategi

- 1.1. Teamet skal have en dybdegående indkøring til Ex3s nuværende arbejde med branding og kommunikation og strategien herom på deres produkter og ydelser til B2B markedet
- 1.1.1. Hvilket arbejde har ligget forude for strategien?
  - 1.1.2. Hvilke findings har de selv lavet?
  - 1.1.3. Hvad har virket?
  - 1.1.4. Hvad har ikke virket?
  - 1.1.5. Målsætningen for en ny og optimeret strategi for 2024 og frem
- 1.2. Baseret ud fra fase 1.1 skal teamet påbegynde en næranalyse af den nuværende strategi og kigge kritisk på hvilket fejl, mangler samt optimeringer, som der skal arbejdes på i analysen
- 1.3. Ex3 ønsker at teamet laver kvalitative dybdeinterview med virksomhedens ansatte som et led i analysen
- 1.3.1. Dette skal gøres for at teamet og virksomheden får en fælles forståelse for, om virksomhedens ansatte sælger deres værditilbud ens, eller om der er en differentiering mellem holdninger
    - 1.3.1.1. Er der enighed og den samme storytelling?
    - 1.3.1.2. Mission og vision
    - 1.3.1.3. Andet
  - 1.3.2. Før denne interne analyse udarbejder teamet en grundning spørgeramme over de områder, som de ønsker at få besvaret, og som kan bidrage til analysen og strategien
    - 1.3.2.1. Teamet afstemmer med relevante personer for Ex3 om spørgerammen overordnet, for at sikre alignment og forståelse
- 1.4. Teamet behandler deres findings for deres interview
- 1.5. Teamet skal efterfølgende interviewe nuværende og tidligere kunder med henblik på at skaffe data og indsigt i deres oplevelse af Ex3s værditilbud
- 1.5.1. Virksomheden kan være behjælpelig med at sætte teamet op med relevante kunder, men det vil være teamets ansvar at lave en analyse og spørgeramme, som dækker deres analysepunkter

## 2. FASE: Videreudvikling på branding og kommunikationsstrategi

- 2.1. Teamet begynder at styrke og udarbejde en ny eller forbedret branding og kommunikationsstrategi
- 2.1.1. Strategierne laves ud fra flg. faser, som allerede er påbegyndt i fase 1
    - 2.1.1.1. Discover - Iagemåling, hvordan opleves virksomheden i dag
    - 2.1.1.2. Define – Identifier styrker, svagheder og forbedringer
    - 2.1.1.3. Develop – Udvikling af brandet og strategien
      - 2.1.1.3.1. Dette kan gøres ud fra:
        - 2.1.1.3.1.1. Den ønskede markedsposition
        - 2.1.1.3.1.2. Grundfortælling om dette rette værditilbud



**2.1.1.3.1.3.** En taktisk og operationel marketingsplan med relevante kommunikation- og brandingbudskaber

**2.1.1.4.** Deliver – Implementering af brandingsstrategien

**2.1.1.4.1.** Dette skal ske løbende via test under projektets levetid

**2.2.** Teamet skal selv kortlægge andre relevante analysepunkter i henhold til strategien, som afstemmes med Ex3. Der kunne bl.a. kigges på:

**2.3.** Hvordan skal branding og kommunikation laves?

**2.3.1.** Hvilke kampagner eller anden markedsføring skal benyttes?

**2.3.2.** Cost-benefit analyser ud fra relevante tiltag

**2.3.3.** Udarbejdelse af dette rette værditilbud til kundemålgruppen

**2.3.4.** Hvordan skal/kan branding og kommunikation understøtte virksomhedens nuværende salgsaktiviteter og målsætninger?

**2.3.5.** Andet

### **3. FASE: Løbende test og implementering af teamets resultater**

**3.1.** Teamet skal løbende teste deres resultater, og skabe de nødvendige iterationer mellem teamet, virksomheden og interessenter til projektet

**3.1.1.** Dette gøres for at screene og vurdere tiltag, som kunne være brugbare i den nye og forbedret strategi?

**3.1.2.** Der laves kritiske revideringer af tiltagende, som præsenteres løbende til virksomheden

**3.2.** Teamet og Ex3 vurderer hvilke tiltag der skal inddrages og implementeres fast i den kommende branding- og kommunikationsstrategi

### **4. FASE: Udarbejdelse af fremadrettet eksekveringsplan og præsentation og resultater**

**4.1.** Teamet udarbejder en eksekveringsplan, som skal vise, hvilke opgaver der ligger forude for at kunne implementere disse

**4.1.1.** Der skal kigges på de operationelle, taktiske og strategiske implementeringer

**4.2.** Teamet præsenterer deres resultater for Ex3

**4.2.1.** På baggrund af deres feedback skal teamet vurdere, om der skal laves om på strategien

**4.3.** Såfremt der er mere tid, skal teamet begynde at udarbejde ud fra deres egen eksekveringsplan

#### **ØNSKET UDBYTTE FOR VIRKSOMHEDEN**

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med



- ✓ Intern analyse af Ex3 People's organisation med henblik på alignment omkring branding, værditilbud og storytelling
- ✓ Ekstern analyse af tidligere og nuværende kunder med henblik på optimering af branding og storytelling
- ✓ En udarbejdet brandingstrategi
  - Løbende implementeringer og test af strategien undervejs i projektet
- ✓ Konkret plan for hvordan brandingstrategien skal understøtte Ex3s salgsaktiviteter

## RELEVANTE KOMPETENCER

- Kommerciel forretningsforståelse
- Branding
- Kommunikation, Markedsføring
- Tekstformidling
- Digitale medier
- Strategiske implementering,
- Proaktivitet, nysgerrighed, open minded, kritisk stillingstagning
- Projektledelse, Projektstyring, Agil fremgangsmåde

## TALENTPROFIL

Ex3 er lokaliseret i Stilling i det gamle mejeri med højt til loftet. Kulturen er båret af deres lyst og drive til at skabe værktøjer der understøtter udvikling og gør en forskel. Ex3 tror på at udvikling og fremdrift sker gennem menneskers øgede bevidsthed. Du skal som talent bringe dig selv og din faglighed i spil og trives i samskabelse med andre.

Ex3 er en arbejdsplads, hvor der er plads til kreativitet og diversitet. Det er en arbejdsplads hvor de sammen løber mod det fælles mål. Der er respekt og interesse for hinanden og omgangstonen er hjertelig.

Ex3 er derfor på udkig efter talenter, Der tør bringe sig selv i spil og holder fokus på det fælles mål og løber med bolden Det skal være profiler, der brænder for at skabe resultater og tage action på opgaverne. Du skal være omstillingsparat og kunne navigere i procesudviklingen. Ex3 leder efter et samskabende team, der er åbne og gennem et harmonisk samarbejde kan bringe hinandens kompetencer og erfaringer i spil, for at skabe de bedste resultater.

Du kommer som team til at blive en del af et humørfyldt og innovationsrigt kontor, hvor man har mulighed for at være med til at styrke virksomhedens forretningsmodel via strategiske beslutninger og initiativer. Ex3 beskriver deres virksomhedskultur som åben og meget "snakkende" og nysgerrig, hvorfor man som team skal være god til at interagere på tværs af de ansatte og være open minded og proaktiv.

Virksomheden ønsker et team, som tør udfordre virksomhedens nuværende brandingstrategi. Ydermere vil projektet være præget af en stor agil fremgangsmåde, hvor man kommer til at skulle arbejde med at tage "2 skridt frem og 1 tilbage" af og til. Der ønskes også at teamet løbende tester deres resultater, så man ikke kommer at fremskynde implementering til efter forløbet.