

TEQTON ApS

TEQTON ApS er en produktionsvirksomhed med 35 års erfaring. Virksomheden er førende indenfor rådgivning og udførelse af betongulve til både renovering og nybyggeri. Med deres dedikerede team har de dækket millioner af kvadratmeter gulve og leveret topkvalitet i hele Skandinavien. Med fokus på bæredygtighed og innovative løsninger skaber TEQTON ApS ikke blot gulve, men pålidelige, miljøvenlige fundamenter for deres kunders succes. I 2022 opkøbte TEQTON ApS Lodbyg og Vesla, hvorfor virksomheden nu står overfor en udfordring om at få strømlinet og skabt synergier mellem deres tre brands.

CASE: Vil du hjælpe TEQTON ApS med at strømline og skabe synergier i deres forretning? TEQTON ApS søger nu et team, som kan hjælpe dem med at skabe en samlet markedsføringsstrategi, der fremme genkendeligheden og integrationen mellem deres tre brands: TEQTON, Lodbyg og Vesla. Casen vil omfatte analysearbejde af nuværende brandidentitet, udvikling af integrationsstrategi og implementering af nye markedsføringskampagner. Bliv en del af missionen om at styrke virksomhedens position på markedet og opnå en mere strømlinet forretning!

OVERVIEW

Virksomhed	TEQTON ApS
Lokation	Kristensmindevej 2, 4250 Fuglebjerg
Kontaktperson	Julius Olsen – CEO

VIRKSOMHEDEN

TEQTON ApS er en produktionsvirksomhed med mere end 35 års erfaring. Virksomheden specialiserer sig med rådgivning, beregning og udførelse af alle typer betongulve, og de arbejder både indenfor gulv renoveringer og nybyggeri. Gennem virksomhedens levetid har de lagt i 1.000.000-vis m² gulve.

Tilbage i 1987 blev I.P. Gulvteknik A/S dannet. IP stod for Interpares, og det var en indkøbsorganisation for tømmerhandlerne. Selskabet var dengang ejet af Interpares A/S og Deutsche Flächen Technik (DFT). I 1994 besluttede Interpares at de ikke ville være udførende entreprenør og de solgte deres halvdel til DFT. I 1998 blev DFT købt af RINOL AG og det betød at virksomheden skiftede navn til RINOL Skandinavien A/S, med kontor i Galten. I 2006 blev RINOL Skandinavien købt ud af gruppen af Julius Olsen, som i dag er direktør i virksomheden. Det betød at de nu skiftede navn til TEQTON. Et navn som var velovervejnet og som blev valgt ud fra: TEQ = TEQNIK, Q = Quality, TON = beton.

Efter navneskiftet åbnede TEQTON ApS salgskontorer i skandinaviske lande, herunder Island, Sverige, Finland, Norge og Danmark. I alle lande samarbejder de med førende industrigulvleverandører og producenter i Europa. TEQTON ApS har projekter i hele Skandinavien, som løses fra deres forskellige afdelinger i norden. Her har de leveret gulvsystemer til bl.a. Aldi, Bilka, Carlsberg, Siemens, Biltema og mange flere. Visionen er stræbe efter øget globalisering. Baseret ud fra deres evne og til at tilpasse dem, vil de følge deres kunder i deres ekspansion ind på det globale marked. Missionen er at blive den bedste økonomiske totalløsning for deres kunder!



LEAD THE
TALENT

Organisationen består i dag af ca. 45 rejse montører, som med specielt byggede laserudstyrede maskiner producerer superplane fugefrie gulve med super kvalitet. Virksomheden specialiserer sig indenfor gulve til VNA (Very Narrow Aile), Trucks, Autostores, kranlagre, rulle reol lagre. I TEQTON Group produceres der mere end 500.000 m² industrigulve om året og har leveret mere end 15. mio m² siden de startede tilbage i 1987.

Bæredygtighed er en del af virksomhedens DNA, en nøglekompetence og en forretningskritisk faktor, hvilket gør det til et kontinuerligt arbejde. Virksomheden leverer fugefri polymergulve helt fri for armeringsjern og stålfibre, der typisk findes i andre industrigulve. Med fokus på fornuftigt brug af ressourcer, korte afstande fra grusgrav til produktionssted og kontrol med at affald fra byggeprocessen holdes på et minimum, ligger TEQTON ApS i front når de gælder om at holde miljøbelastningen nede. Virksomheden stræber også efter at anvende genbrugsmaterialer i deres byggeproces for at opnå yderligere besparelser på det grønne regnskab.

Virksomheden har mulighed for at sikre at deres kunder får et bæredygtigt og pålideligt fundament gennem deres certificeringer. TEQTON ApS har gennem de sidste par år deltaget i flere DGNB- og BREEAM-certificerede projekter. Certificeringerne DGNB, BREEAM og LEED er blandt de mest brugte i Europa og Skandinavien og de ses som en naturlig del af de fleste projekter. Virksomheden tilbyder deres kunder en LCA (Life Cycle Assessment) eller en 3. del verifikation EDP (Environmental Product Declaration) for projekter. På den måde sikrer de grønnere og længerevarende projekter.

I 2022/2023 valgte TEQTON ApS at opkøbe to virksomheder, herunder VESLA og Lodbyg Enterprise, med formålet om at styrke og støtte den nuværende forretning. Med opkøbet har virksomheden nu mulighed for at tilbyde deres industri kunder ALL IN ONE løsninger, beton gulv (TEQTON) flydemørtel (Lodbyg) og kunststof belægning (Vesla).

Virksomheden står i dag står med tre stærke brands (TEQTON, Lodbyg, VESLA), som de skal have integreret og markedsført gennem samme strategi. TEGTON ApS ønsker også at få undersøgt og kortlagt mulige synergier og gruppe fordele mellem deres tre brands, som kan gøres virksomheden mere strømlinet fremover.

CASE BESKRIVELSE

TEQTON ApS er på udkig efter et projektteam, som kan hjælpe dem med at skabe en fælles markedsføringsstrategi, der ikke blot sikrer, men også fremmer genkendeligheden mellem deres tre brands: TEGTON, Lodbyg og Vesla. Opgaven er at integrere og markedsføre de respektive brands på en sådan måde, at de arbejder harmonisk sammen og styrker hinanden. Teamet vil skulle arbejde tæt sammen med Julius Olesen, som er CEO for TEQTON ApS.

Med ønsket om at kunne samarbejde på tværs af de tre virksomheder, har TEQTON ApS et mål om at kunne henvende sig ensartet til deres kunder, uagtet om det er under et af de tre brands. Målsætningen er at positionere sig som en samlet gruppe, der opererer under den samme paraply, hvilket vil styrke kundernes tillid og forståelse for virksomhedens samlede værditilbud.



Projektteamets opgave er at gøre virksomhederne mere strømlinet og integrere dem med hinanden på alle niveauer, herunder udarbejdelse af markedsføringsmateriale, opdatering hjemmesideelementer, fysiske lokationer osv. Mens TEQTON ApS allerede har gjort sig nogle overvejelser i forhold til at skabe synergier gennem ensartet påklædning, firmabil logoer og elementer på hjemmesiden, vil det være projektteamets opgave at skabe en sammenhængende strategi, der tydeligt signalerer til kunderne, hvilke brands der tilhører TEQTON Group.

Gennemførelsen af den omfattende strategi vil involvere en grundig analyse af brandidentiteten for de tre brands, herunder identifikation af unikke styrker og egenskaber samt potentiale for synergi og samarbejde. Dette vil danne grundlag for udviklingen af en integrationsstrategi, der sigter mod at etablere en konsistent og sammenhængende brandidentitet på tværs af TEQTON, Lodbyg og Vesla.

Implementeringsfasen vil omfatte opdatering af brandingelementer, udarbejdelse og lancering af målrettede markedsføringskampagner og tilpasninger af hjemmesiderne. Der vil også være fokus på intern kommunikation for at sikre, at alle medarbejdere er engagerede og involverede i integrationen af de tre brands.

Endelig vil projektteamet udarbejde og implementere den nye markedsføringsstrategi, der ikke blot skal kommunikere virksomhedens samlede styrker og værdier til kunderne, men også til medarbejderne. Gennem denne strategi håber virksomheden at realisere sit mål om at skabe en mere strømlinet og effektiv forretning, der udnytter synergieffekterne mellem TEQTON, Lodbyg og Vesla til at opnå en stærkere position på markedet.

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 iblandt teamet, således I internt ved, hvem der er ansvarlig for hvilke opgaver/områder.
- 0.6 Overstående punkter og forventningsafstemning udfyldes i samarbejde med virksomheden i onboardingsskemaet.

1. FASE: ANALYSE OG KORTLÆGNING

- 1.1 Gennemgang af hvert brand: Identificer de unikke styrker, målgrupper og værditilbud for TEQTON, Lodbyg og VESLA.

- 1.1.1 Hvad udbyder de? (Produkter, løsninger, services)
- 1.1.2 Hvad gør dem unikke og hvorfor?
- 1.1.3 Hvad gør de godt og hvad gør de ikke godt?
- 1.1.4 Hvordan ser deres hjemmeside ud?
- 1.1.5 Hvem er deres kunder?
- 1.2 Kortlæg synergier og gruppefordele mellem de tre brands, herunder fælles ressourcer, kompetencer og kundebaser.
 - 1.2.1 Hvilke fælles ressourcer anvender tre brands?
 - 1.2.2 Hvilke fælles kompetencer har de?
 - 1.2.3 Arbejder de med samme kundebase?
 - 1.2.4 Er der nogle synergier lige nu?
- 1.3 Undersøg den nuværende markedsføring for de tre brands:
 - 1.3.1 Hvordan markedsfører de sig overfor deres kunder?
 - 1.3.2 Hvordan ser virksomheden ud, sammenlignet med de to andre brands?

2. FASE: KORTLÆGNING AF DEN INDSAMLEDE DATA

- 2.1 Hvilke styrker og hvilke svagheder har de nuværende brands?
- 2.2 Hvilke synergier er der lige nu mellem de tre brands?
- 2.3 Hvilke mulige synergier ser i blandt de tre brands? Kom med en liste af forslag til synergier.
- 2.4 Hvordan vil I gøre de tre brands mere strømlinet fremover? Kom med en liste af forslag til hvordan I vil strømline de tre brands.
- 2.5 Identificer muligheder for at integrere produkter og løsninger på tværs af de tre brands for at skabe synergieffekter og øge værditilbuddet for kunderne.

3. FASE: UDARBEJDELSE & PRÆSENTATION AF DEN NYE STRATEGI

- 3.1 Udvikl den fremtidige fælles markedsførings- og integrationsstrategi for TEQTON, Lodbyg og Vesla.
 - 3.1.1 Hvad skal den indeholde?
 - 3.1.2 Hvordan skal de brande sig?
 - 3.1.3 Hvilke kanaler skal virksomheden brande sig igennem?
 - 3.1.4 Hvilke nye tiltag indeholder den?
 - 3.1.5 Hvordan og hvorfor skabes der en synergi med strategien?
 - 3.1.6 Hvordan og hvorfor er den med til at gøre virksomheden mere strømlinet?
- 3.2 Skab målrettede markedsføringskampagner, der rammer de forskellige målgrupper for hvert brand og udnytter synergierne mellem dem.
- 3.3 Udforsk muligheder for partnerskaber og samarbejder, der kan styrke positionen for TEQTON Group på markedet.

4. FASE: PRÆSENTATION AF DEN NYE MARKEDSFØRINGS- OG INTEGRATIONSSTRATEGI

- 4.1 Præsenter via PowerPoint den nye markedsførings- og integrationsstrategi og nye synergier for Julius.



- 4.2 Præsenter via PowerPoint den nye markedsføringsstrategi og nye synergier for hele organisationen.
- 4.3 Udarbejdelse af en rapport, hvori baggrunds arbejdet fra fase 1, 2 og 3 indgår.

ØNSKET UDBYTTÉ FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med

- ✓ En præsentation af den nye markedsføringsstrategi.
- ✓ Inputs og anbefalinger til hvordan virksomheden fremadrettet kan blive mere strømlinet.
- ✓ Forslag til mulige synergier på tværs af de tre brands.

RELEVANTE KOMPETENCER

- ✓ Business Management
- ✓ Marketing og kommunikation
- ✓ Sans for design
- ✓ Studerende der tør at udfordre virksomheden
- ✓ En god ordenssag og systematisk tilgang
- ✓ Finansiell og analytisk
- ✓ En HR profil

TALENTPROFIL

Som talent ved TEQTON ApS vil du opleve en unik mulighed for at være med til at præge den fremtidige markedsføring- og integrationsstrategi for hhv. TEQTON, Vesla og Lodbyg. I virksomheden tror man på mottoet "Go big or go home", og i virksomheden opfordrer de studerende til at tænke stort og udfordre status quo. Talentteamet vil opleve en spændende organisation med et unikt bæredygtigt produkt med et enormt stort potentiale både nationalt og internationalt.

Du vil blive en del af et team, hvor I skal have jeres dagligdag på Kristensmindevej 2, 4250 Fuglebjerg. Her vil I få tildelt jeres eget mødelokale, som giver jer mulighed for at arbejde effektivt og kreativt i løbet af projektperioden. TEQTON ApS tilbyder en attraktiv hybrid arbejdsmodel, hvor du som talent vil få mulighed for at arbejde både fysisk og virtuelt, hvis der er behov for det.

TEQTON ApS værdsætter forskelligheder og de opfordrer også de studerende til at sætte deres eget præg på projektet. Frihed under ansvar er essensen af arbejdskulturen, hvor de studerende også vil opleve en positiv og hyggelig stemning, samtidig med at de vil blive udfordret til at udvikle sig personligt og fagligt.

Hvis du ønsker at forme den fremtidige strategi og skabe synergier for TEQTON ApS, så er casen lige noget for dig.