

GEV

GEV A.m.b.A. er et andelsejet multiforsyningsselskab, der leverer el, vand, varme og fibernet til borgere og virksomheder i Billund Kommune. Med rødder, der strækker sig tilbage til 1912, arbejder GEV målrettet på at skabe lokale, bæredygtige løsninger og fremme tryghed i forsyningen.

CASE: Fra 1. januar 2025 hjemtager GEV 5.500 elhandelskunder og etablerer GEV Elhandel med fokus på en lokal forankring og tillidsfuld elhandel. Casen omhandler udvikling af en differentieret markedsstrategi, kunderejse og kommunikationsplan, der styrker GEV's position som et pålideligt og troværdigt valg i et udfordret marked.

OVERVIEW

Virksomhed	GEV
Lokation	Tårnvej 24, 7200 Grindsted
Kontaktperson	Simon Lindblad-Madsen, Kommunikationschef

VIRKSOMHEDEN

GEV A.m.b.A. er et andelsselskab, ejet af de forbrugere, der er tilsluttet GEV's forsyningsnetværk inden for strøm, vand og varme. Som multiforsyningsselskab leverer GEV el, vand og varme til deres mere end 7.000 andelshavere i Grindsted og omkringliggende områder. Siden sin grundlæggelse i 1912 har GEV haft et enkelt, men væsentligt formål: at levere pålidelig forsyning af høj kvalitet til lokale borgere og virksomheder på den mest effektive og omkostningsbevidste måde.

Virksomhedens mission er at være en synlig og lokalt forankret aktør, der aktivt bidrager til lokalsamfundet gennem bæredygtige og miljørigtige leverancer af multiforsyningstjenester. I 2020 fusionerede Grindsted El- og Varmeværk og Grindsted Vandværk, og GEV's rolle som drivkraft i lokalområdet er blevet styrket. GEV's vision er at forblive en central partner inden for multiforsyning ved at tilbyde innovative, datadrevne løsninger og ved at agere proaktivt i politiske beslutningsprocesser. Som et selskab, hvor netværk og relationer vægtes højt, arbejder GEV også for at skabe et uformelt og tillidsfuldt miljø, hvor viden deles på tværs af fagområder.

GEV's engagement i bæredygtighed ses blandt andet i deres arbejde med at etablere et lokalt energifællesskab, som er 100 % ejet af andelshaverne og designet til at sikre stabile og konkurrencedygtige priser på energi. Deres initiativer mod en mere bæredygtig fremtid omfatter samarbejdet med Aalborg Universitet i et pilotprojekt, der skal undersøge muligheden for at fjerne dele af områdets generationsforurening gennem innovative rensningsmetoder.

I 2023 oprettede GEV et Young Advisory Board, bestående af unge medlemmer, der rådgiver og udfordrer bestyrelsen. GEV anerkender, at beslutninger, der træffes i dag, har konsekvenser for fremtidige generationer, og derfor inddrager de unge stemmer for at sikre en bæredygtig udvikling og bevare demokratiet i det andelsejede selskab. Samtidig står GEV også foran en ny lovgivning, der kræver uafhængige bestyrelser for elnetselskaber. På trods af skepsis ser GEV dette som en mulighed for at tilføre dynamik og innovation til bestyrelsesarbejdet.

Som et selskab, der konstant udvikler sig i takt med samfundets behov og klimamæssige udfordringer, er GEV forpligtet til at minimere deres klimaaftryk. Med fokus på bæredygtig forsyning af el, vand og varme justerer GEV løbende deres strategi for at imødekomme både



lokale og globale miljømål, og arbejder for en mere bæredygtig forsyning, der kan inspirere til opskalerede løsninger på tværs af grænser.

CASE BESKRIVELSE

GEV står i en unik situation, hvor de pr. 1. januar 2025 hjemtager 5.500 elhandelskunder fra Samstrøm og lancerer deres eget elhandelsselskab, GEV Elhandel. Målet er at levere et tillidsfuldt og troværdigt produkt til borgerne i Billund Kommune og dermed styrke deres lokale forankring. Denne case drejer sig om, hvordan GEV bedst muligt kan differentiere sig på et marked præget af stor usikkerhed og et stigende behov for gennemsigtighed og tillid. Der er særlig opmærksomhed på spotprisen, der udgør en essentiel del af kundernes elregning, og som i dag påvirkes af global spekulation.

Casen handler om at udvikle en strategi, der skaber tillid og tryghed hos forbrugerne, samtidig med at den er økonomisk bæredygtig. GEV ønsker at tage inspiration fra succesfulde, lokalt forankrede selskaber såsom Vejle Brand, der har opnået en stærk markedsposition gennem en målrettet lokal strategi. GEV's mål er at kunne tilbyde et konkurrencedygtigt produkt, som både private og erhvervs kunder i Billund Kommune vil vælge frem for de større konkurrenter

I casen skal teamet også analysere kunderejsen og udvikle personaer for GEV's målgrupper. Det overordnede mål er at GEV Elhandel får indsigt i, hvordan de kan skille sig ud på markedet. Samtidig skal teamet undersøge og foreslå løsninger, der kan optimere GEV's tone of voice og kommunikationsstrategi, så virksomheden kan nå en stabil økonomi og positionere sig stærkt i det lokale marked.

KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser:

0. Fase: Onboarding og fastlæggelse af overordnet målsætninger.

1. FASE: Markedsanalyse og inspiration fra lokale succeser

- 1.1 Undersøg lokalt forankrede virksomheder, som GEV kan spejle sig i
 - 1.1.1 Analyser virksomheder såsom Vejle Brands (og gerne flere lignende) strategi og succes som et lokalt forsikringsselskab, der har opbygget stærk tillid i lokalområdet.
 - 1.1.1.1 Tal gerne med virksomhederne med henblik på at få know-how om deres lokale forankring.
 - 1.1.2 Identificer de nøgleelementer og faktorer, der kan overføres til GEV's kontekst og give dem en tilsvarende stærk lokal position i Billund Kommune.
- 1.2 Konkurrentanalyse og differentiering
 - 1.2.1 Kortlæg de største konkurrenter på el-handelsmarkedet og analysere deres produktudbud, tone of voice og kundeservice.
 - 1.2.2 Udvikl forslag til, hvordan GEV kan positionere sig unikt og differentiere sig fra de konkurrenter, der skaber usikkerhed og mistillid på markedet.

2. FASE: Analyse af kunderejse og udvikling af personaer

- 2.1 Kunderejseanalyse (både B2C og B2B)
 - 2.1.1 Kortlæg kundernes rejse fra første kontakt med GEV til etableret kundeforhold
 - 2.1.1.1 Interview en række kunder for at få deres mening og indsigt.
 - 2.1.2 Identificer kritiske berøringspunkter, hvor GEV kan opbygge tillid, og foreslå forbedringer baseret på kundebehov og markedstendenser.
- 2.2 Udvikling af personaer
 - 2.2.1 Udvikl detaljerede personaer for forskellige målgrupper, både private og erhvervs kunder, baseret på indsamlet data, interviews og analyser af kundernes behov og præferencer.
 - 2.2.2 Brug personaerne til at forme kommunikations- og markedsføringsinitiativer, så budskaber og produkter er tilpasset målgrupperne.
- 2.3 Tone of Voice og kommunikationskanaler
 - 2.3.1 Udvikl en tone of voice, der afspejler tryghed, troværdighed og lokal forankring.
 - 2.3.2 Foreslå kommunikationskanaler og kampagner, der effektivt kan nå GEV's målgruppe, både B2C og B2B, og understøtter virksomhedens budskaber og brand.

3. FASE: Implementeringsplan og evaluering

- 3.1 Udvikling af implementeringsplan
 - 3.1.1 Udarbejd en detaljeret plan for udviklingen af GEV Elhandel, herunder tidslinjer, ressourcer og milestones for branding og kommunikation.
- 3.2 Fastsæt klare mål og KPI'er, så GEV kan følge udviklingen af deres markedsposition.
- 3.3 Præsenter jeres resultater for ledelsen og andre interessenter.

ØNSKET UDBYTTÉ FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med

- ✓ Kunderejse og personaer for B2C- og B2B-markedet.
- ✓ En kommunikations- og markedsføringsplan
- ✓ Inspiration fra lokale succeser, som kan anvendes til at skabe en stærk lokal tilstedeværelse.

RELEVANTE KOMPETENCER

- ✓ Markedsanalyse og Strategiudvikling
- ✓ Kommunikation, Markedsføring og Branding
- ✓ Projektledelse og Implementering
- ✓ Salgs- Kundeindsigt og Personaudvikling
- ✓ Forståelse for Forsyningsmarkedet

TALENTPROFIL



LEAD THE
TALENT

Det er vigtigt, at et kommende talentteam er nysgerrige, inddragende og undersøgende. De skal dykke ned i- og involverer borgerne i indsigt- og udviklingsfasen, og du skal derfor tør at interagere med Hr og Fru Jensen såvel som erhvervsfolk.

Dette kræver et team der selvstændigt og proaktivt går til opgaverne, og som tør dykke ned i tabulagte problemstillinger med henblik på at forstå, hvordan udfordringer vendes til muligheder og positive historier.

Teammедlemmerne på denne case skal have en interesse for den gode storytelling, kommunikation og markedsføring, hvad enten det er i indsamlings- eller udviklingsfasen. Vigtigst af alt, så dit hjerte og passion brænde for en grønnere- og mere bæredygtig fremtid for Danmark.

Det vil være en fordel, hvis der er én i teamet der har bil. GEV tilbyder teamet mulighed for hjemmearbejdsdage efter aftale. Derudover vil der være befordringsgodtgørelse for dem der ligger bil til.



LEAD THE
TALENT