

# Piranya Software Aps

Piranya Software ApS er en førende dansk leverandør af digitale løsninger og blev grundlagt i 2016 i Aalborg. De specialiserer sig i online bestillingssystemer og salgsplatforme. Virksomheden har fokus på at levere brugervenlige løsninger, der øger salg og sikrer høj kundetilfredshed.

CASE: Piranya Software Aps har et behov for at genoptage virksomhedens marketingsindsatser og skabe større synlighed omkring deres brand og nå ud til flere kunder. Målet er at forbedre Piranya's digitale tilstedeværelse gennem en målrettet og effektiv markedsføringsstrategi, herunder forbedre virksomhedens nuværende brand samt hjemmeside.

## OVERVIEW

Virksomhed	Piranya Software Aps
Lokation	Stenbukken 7, 1.sal, 9200 Aalborg SV
Kontaktperson	Alex Sleiborg (CEO) og Nikolaj Svendsen (CFO)

## VIRKSOMHEDEN

Piranya Software Aps (herefter Piranya) er en dansk B2B virksomhed, som blev grundlagt i 2016 i Aalborg, hvor de også har hovedsæde. Virksomheden hjælper i dag virksomheder og butikker med at få mest muligt ud af deres tilstedeværelse online ved at skabe tekniske løsninger, som er nemme at benytte, men som samtidig skaber mærkbare resultater.

Piranya specialiserer sig i udvikling af skræddersyede softwareløsninger, især inden for online bestillingssystemer og salgsplatforme, med et formål om at optimere salg hos detailhandlen, herunder takeaway, delikatesse, catering, frokostordninger og kantiner. De udvikler avancerede bestillingssystemer, der automatiserer processer som lagerstyring, levering og ordrebekræftelser, hvilket gør det nemt for kunderne at bestille online. Virksomheden hjælper mere end 100 butikker med deres online salg og tilstedeværelse.

Der er i dag 12 ansatte i Piranya, som tror på, at deres medarbejdere er virksomhedens vigtigste aktiv. Ordentlighed overfor hinanden og kunder er nøgleordet og deres vigtigste værdi. Der bliver sat en ære i personlige relationer og kundetilfredsheden er altid i højsædet - uanset at kunderne er mange og store som små. Piranya har en ambition om at være de bedste til deres arbejde og går dermed aldrig på kompromis med kvaliteten af hverken løsninger eller service.

Piranya er i vækst og har en målsætning om styrke deres markedsposition og ønsker derfor at genoptage deres marketing- og brandingindsatser. Målet er at øge synligheden af virksomhedens brand og produkter for at nå ud og tiltrække flere kunder. Dette skal opnås gennem en målrettet og effektiv markedsføringsstrategi.

## CASE BESKRIVELSE

Piranya har et behov for at forbedre virksomhedens brand og online tilstedeværelse. Ønsket er øge synligheden og kendskabet til deres produkter og services gennem effektive marketingskanaler samt en klar og konsistent brandidentitet.

For at styrke Piranyas profil og sikre en klar og effektiv brandidentitet, indledes projektet med en grundig analyse af virksomhedens nuværende profil og branding. Først skal Piranyas nuværende

brandidentitet kortlægges for at identificere, hvilke målgrupper virksomheden primært appellerer til. Dernæst analyseres, hvordan Piranya kan skabe en konsistent og attraktiv brandidentitet, der taler direkte til disse målgrupper. Hvis relevant, vil teamet gennemføre feltundersøgelser og interviews med eksisterende kunder for at opnå indsigt i deres behov og præferencer. Desuden vil der blive udført en konkurrentanalyse for at belyse Piranyas styrker og unikke værdier, der differentierer dem på markedet.

Baseret på indsigt og findings fra fase I vil teamet herefter evaluere og optimere virksomhedens hjemmeside for at skabe en optimal brugeroplevelse. Efterfølgende vil teamet udvikle en strategi, der opdeler hjemmesiden i forskellige segmenter, målrettet de enkelte brancher i fødevarerektoren. Dette indebærer en gennemgang af hjemmesidens struktur og en analyse af, hvilke sektorer der vil have gavn af dedikerede landingssider. Formålet er at sikre, at hjemmesiden tydeligt kommunikerer virksomhedens kernebudskaber og værdier til de relevante målgrupper og dermed forbedrer Piranyas online synlighed. Teamet skal herudover udarbejde en plan for SEO-optimering, så Piranya bedre kan synliggøres i søgemaskinerne. Til sidst skal der udvikles løsningsbeskrivelser for at understøtte en struktureret og målrettet digital tilstedeværelse.

Med udgangspunkt i analysen og det optimerede hjemmesidedesign fra de første to faser vil teamet identificere de mest effektive marketingskanaler for Piranya. Det omfatter både digitale og traditionelle kanaler, med fokus på en integreret markedsføringsstrategi, der supplerer virksomhedens nuværende salgsmetoder og øger inbound-salget. Social media- og contentmarketingpotentialet vil blive undersøgt, og en målrettet plan udarbejdes for at styrke virksomhedens brand og tiltrække nye kunder.

Afslutningsvis vil teamet præsentere en detaljeret rapport for ledelsen, der omfatter alle analyser og anbefalinger baseret på de indhentede data og udviklede strategier. Heri vil der være en handlingsplan med konkrete opgaver og aktiviteter for implementeringen af de foreslåede forbedringer og strategier, samt hvordan det kan eksekveres.

Arbejdet med marketing vil genoptages fra bunden, og Piranya er derfor åbne over for teamets input, indsigt og perspektiver på, hvilken retning projektet skal tage.

## KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser:

### **0. Fase: Onboarding og fastlæggelse af overordnet målsætninger.**

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

### **1. FASE: Analyse og kortlægning af Piranyas nuværende profil og brand med henblik på at finde optimeringsmuligheder og skabe en klar identitet**

1.1 Teamet skal udvikle en strategi med henblik på at opdele hjemmesiden i forskellige segmenter, så den er målrettet til de enkelte brancher inden for fødevarerektoren.

- 1.1.1 Kortlægning af Piranyas nuværende brandidentitet og analysere, hvilken målgruppe de primært appellerer til nu
  - 1.2 Herefter skal teamet analysere, hvordan Piranya kan udvikle en klar og konsistent brandidentitet, som appellerer til virksomhedens målgruppe
    - 1.2.1 Hvis det vurderes relevant, kan teamet komme ud af huset og indsamle feedback fra eksisterende kunder gennem undersøgelser og interview og opnå indsigt i kundernes behov og præferencer, som kan udnyttes til forbedring af produkter og tjenester
  - 1.3 For at kortlægge en konsistent og unik brandidentitet, vil det være fordelagtigt at udføre en grundig konkurrentanalyse for at identificere Piranyas styrker og svagheder, samt hvad i virksomhedens værditilbud, som er med til at differentiere dem fra konkurrenterne.
- 2. FASE: Evaluering og forbedring af virksomhedens hjemmeside for at skabe en bedre brugeroplevelse baseret på findings fra fase 1**
- 2.1 Med udgangspunkt i analysen fra fase 1, skal teamet dernæst analysere og forbedre virksomhedens hjemmeside
    - 2.1.1 Afdækning af hvordan hjemmesidens set-up skal se ud for at opfylde Piranyas behov bedst muligt med henblik på at skabe en dedikeret landingside for de relevante sektorer i fødevarebranchen
    - 2.1.2 Formålet med ovenstående at skabe en bedre brugeroplevelse og sikre, at hjemmesiden klart kommunikerer de vigtigste budskaber og værdier til de relevante og specifikke målgrupper
      - 2.1.2.1 Virksomhedens online synlighed skal øges, og der skal være mindre administration og færre fejl
  - 2.2 Derudover skal teamet analysere og udvikle en plan for at optimere hjemmesidens SEO for at øge Piranyas synlighed på søgemaskiner
  - 2.3 Teamet skal udarbejde beskrivelser af løsninger og gerne inddrage tydelige anbefalinger indenfor de forskellige segmenter
- 3. FASE: Undersøgelse og identificering af relevante marketingskanaler**
- 3.1 Baseret på findings fra fase 1 og udviklingen af hjemmesiden fra fase 2 skal teamet dernæst undersøge og identificere relevante marketingskanaler for Piranya, som kan skabe synlighed bedst muligt
    - 3.1.1 Dette inkluderer både digitale og traditionelle kanaler
  - 3.2 Der skal udvikles en dybdegående markedsføringsstrategi, som kan supplere virksomhedens nuværende salgsmetoder og øge deres Inbound salg.
  - 3.3 Teamet skal desuden undersøge potentialet for sociale medier og content marketing og udarbejde en plan, som kan styrke virksomhedens brand og tiltrække nye kunder
- 4. FASE: Udarbejdelse af en handlings og -eksekveringsplan**
- 4.1 Teamet skal afslutningsvis udarbejde en detaljeret rapport og præsentation, der indeholder analyser og anbefalinger med udgangspunkt i de fundne findings og velbegrundede argumenter, som skal præsenteres for ledelsen i Piranya



- 4.2 Derudover skal der udarbejdes en handlingsplan med konkrete og håndgribelige opgaver og aktiviteter for implementeringen af de foreslåede forbedringer og strategier
  - 4.2.1 Handlingsplanen skal inkludere budget og en eksekveringsplan
- 4.3 Hvis tiden er til det, så kan teamet påbegynde eksekveringen. Ellers går dette arbejde videre til det talent, som bliver i Piranya i de efterfølgende måneder.

## ØNSKET UDBYTTÉ FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil Piranya gerne stå med følgende i hånden:

- ✓ En detaljeret rapport og præsentation, der indeholder analyser, anbefalinger og en handlingsplan for implementering af de foreslåede forbedringer og strategier.
- ✓ En professionel og brugervenlig hjemmeside, samt indsamling af testimonials fra relevante kunder inden for forskellige brancher og segmenter for at styrke virksomhedens troværdighed og appel til målgruppen.

## RELEVANTE KOMPETENCER

- ✓ Marketing, Sociale medier, Branding, SEO
- ✓ Grafisk flair og/eller kendskab, interesse eller erfaring med visuelle design
- ✓ Kommunikation, tekstformidling
- ✓ Antropologi
- ✓ Forretningsforståelse
- ✓ Salg
- ✓ Kendskab, interesse eller erfaring inden for udarbejdelse og forbedring af hjemmeside
- ✓ Projektledelse
- ✓ Analytiske kompetencer

## TALENTPROFIL

Piranya er en virksomhed, som ønsker at genoptage arbejdet med marketing og branding fra bunden, og man har derfor som talent en enestående mulighed for at være med til at præge forretningens fremtidige marketing og synlighed. Der er masser at tage fat i, og man skal derfor trives i at få ansvar og sætte skub i tingene.

Som talent kommer ind til et ungt og dynamisk arbejdsmiljø. Den uformelle omgangstone er essentielt på kontoret i Piranya, hvor der skal være plads til at lave og have det sjovt med hinanden. Der vil altid være nogen til stede på kontoret, mens andre vil være ude af huset. For at understøtte den gode stemning på kontoret, er der planer om at etablere hyggekroge, fredagsbarer og andre sociale initiativer, som kan bidrage til den afslappet og imødekomende atmosfære.

Piranya ønsker at få et team bestående af en kompetence-, personlig – og uddannelsesmæssig diversitet. Casen omfavner bredt, og der er derfor flere uddannelsesretninger, som kan indgå i dette team. Der ses dog gerne, at der er en i teamet, som har kendskab eller erfaring med kommunikation og en anden, som har flair for grafisk design af hensyn til opbygningen af

hjemmesiden. Det afgørende er dog, at der er god dynamik i teamet og på kontoret, og alle har et drive og mod på opgaven. Der vil altid være hjælp og sparring at hente fra Piranyas medarbejdere, men det er også vigtigt, at talenterne er selvkørende, nysgerrige og proaktive.

Som udgangspunkt skal projektet udarbejdes med fysisk tilstedeværelse, men med mulighed for at arbejde hjemme, når det giver mening.

**OBS: Der bliver udarbejdet en NDA mellem Piranya og teamet inden forløbets start.**



LEAD THE  
**TALENT**