

3Teknik

3Teknik er en landsdækkende virksomhed med mere end 30 års erfaring inden for VVS og ventilation. Med ca. 70 medarbejdere, der spænder fra projektledere til montører, leverer de skræddersyede løsninger til bolig-, administrations- og kontormiljøer i hele Danmark.

CASE: 3Teknik ønsker at udvikle et kernekundekoncept, der styrker relationerne til deres nøglekunder gennem skræddersyede løsninger og tættere samarbejde. Opgaven omfatter udvikling af konceptet, design af en kommunikationsstrategi samt en implementeringsplan, der kan integreres i organisationens daglige drift. Projektet giver teamets medlemmer mulighed for at bidrage til en strategisk vigtig opgave og være med til at forme fremtidens kundestrategi i en virksomhed med klare vækstambitioner.

OVERVIEW

Virksomhed	3Teknik
Lokation	Blangstedsgårdsvej 66, 5220 Odense SØ
Kontaktperson	Jan Hansen, Direktør Flemming Jensen, Teknisk Direktør

VIRKSOMHEDEN

3Teknik er en landsdækkende virksomhed med over 30 års erfaring inden for VVS og ventilation. Virksomheden beskæftiger ca. 70 medarbejdere fordelt på projektledere, montører og administrativt personale, der tilsammen udgør et stærkt team af højt kvalificerede fagfolk. Medarbejderne gennemgår løbende efteruddannelse, hvilket sikrer opdateret ekspertise og høj kvalitet i rådgivning og service.

Virksomheden har en flad struktur, der giver stor frihed og ansvar til den enkelte medarbejder, og der lægges vægt på et arbejdsmiljø præget af samarbejde, engagement og innovation. Med et stærkt mix af erfarne medarbejdere og unge talenter stræber virksomheden efter at opbygge tætte og langvarige relationer til kunderne. 3Teknik opererer i hele landet og fokuserer på projekter inden for bolig-, administrations- og kontormiljøer.

Virksomheden er medlem af TEKNIQ, en garantiordning, der understreger et engagement i kvalitet og pålidelighed. Med klare vækstambitioner arbejder 3Teknik målrettet mod at blive den foretrukne samarbejdspartner inden for branchen. 3Teknik tilbyder ikke blot tekniske løsninger, men også strategisk sparring for at sikre de bedst mulige resultater i hvert projekt.

Med et dedikeret team og mange års brancheerfaring leverer virksomheden innovative løsninger, der opfylder kundernes behov, samtidig med at der sættes fokus på bæredygtighed og effektivitet. Missionen er at skabe merværdi for kunderne gennem en kombination af teknisk ekspertise, pålidelighed og stærke partnerskaber. 3Teknik fokuserer på at skabe skræddersyede løsninger og opbygge langvarige relationer, der sikrer kontinuerlig vækst og udvikling for både virksomheden og dens kunder.

CASE BESKRIVELSE

3Teknik står over for en strategisk mulighed for at styrke relationerne til sine nøglekunder gennem udviklingen af et kernekundekoncept. Dette koncept skal være designet til at skabe

værdi for både virksomheden og dens kunder ved at formalisere og fremhæve de unikke fordele, 3Teknik kan tilbyde.

Konceptudviklingen handler om at definere, hvad det vil sige at være kernekunde hos 3Teknik, og hvilke fordele kunderne kan forvente. For at sikre konceptets relevans skal det testes hos kunderne, så deres feedback kan indarbejdes.

Kommunikationsstrategien er afgørende for, hvordan konceptet præsenteres for kunderne, og hvordan relationerne kan styrkes uden at påvirke andre kunders oplevelse negativt. Denne strategi skal understøtte en professionel og engageret dialog, der sikrer, at kunderne føler sig værdsatte.

Implementeringen af konceptet kræver en klar operationalisering, der tager højde for de ressourcer, kompetencer og processer, som skal være på plads for at gøre det til en succes. Udover de tre centrale faser er der potentiale for yderligere udvikling gennem en udvidelse af projektet til at inkludere en digitaliseringsstrategi og en evalueringsfase.

KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser:

0. Fase: Onboarding og fastlæggelse af overordnede målsætninger.

- 0.1.1. Onboarding til virksomheden, deres vision, værdier, nuværende strategi og generelt det marked og branche, de opererer i.
- 0.1.2. Foretag en forventningsafstemning med teamet, herunder frekvens af feedback og sparring.
- 0.1.3. Foretag en dybdegående introduktion til casens udfordringer og virksomhedens ønskede resultat.
- 0.1.4. Gennemgå casens konkrete opgaver, og kvalificer de forskellige faser, hvor I vægter og prioriterer opgaverne efter deres vigtighed.
- 0.1.5. Fastlæg roller og opgaver blandt teamet, således I internt ved, hvem der er ansvarlig for hvilke opgaver/områder: Hvem skal fx være projektleder?
- 0.1.6. Overstående punkter og forventningsafstemning udfyldes i samarbejde med virksomheden i onboardingsskemaet.

1. FASE: Udvikling af kernekundekoncept

- 1.1 Dataindsamling
 - 1.1.1 Gennemfør interviews med nøglemedarbejdere i 3Teknik for at forstå de eksisterende kunde profiler og relationer.
 - 1.1.2 Indsaml data fra udvalgte kunder gennem både kvalitative interviews og eventuelt spørgeskemaundersøgelser.
 - 1.1.2.1 Fokus vil være på at identificere kundernes behov, forventninger og udfordringer.

- 1.2 Analyse af kundeprofiler
 - 1.2.1 Baseret på den indsamlede data skal teamet udvikle detaljerede kundeprofiler for at identificere de vigtigste karakteristika ved kernekunderne.
 - 1.2.2 Dette inkluderer analyser af tidligere projekter, hvor relationen har været særlig succesfuld, og hvad der har skabt værdi for både kunderne og virksomheden.
- 1.3 Identifikation af nøgleelementer
 - 1.3.1 Kortlæg og definer de elementer, der skal indgå i konceptet, såsom tidlig involvering i projekter, fleksible samarbejdsmodeller og unikke serviceydelser.
 - 1.3.2 Evaluer de eksisterende processer og udarbejd forslag til nye, der kan styrke relationerne.
- 1.4 Udvikling af konceptets første version
 - 1.4.1 Udarbejd en prototype af kernekundekonceptet baseret på de identificerede elementer og analyser.
- 1.5 Test og feedback:
 - 1.5.1 Test konceptet hos udvalgte kunder.
 - 1.5.1.1 Feedbacken integreres i en revideret version af konceptet, som danner udgangspunkt for næste fase.

2. FASE: Udvikling af kommunikationsstrategi

- 2.1 På baggrund af indsigterne fra fase 1:
 - 2.1.1 Udvikling af en kommunikationsplan, der beskriver, hvordan konceptet skal præsenteres for kunderne.
 - 2.1.2 Identifikation af de mest effektive kanaler og metoder til kommunikation.
 - 2.1.3 Udarbejdelse af eller forslag til materiale og præsentationer, der understøtter en engagerende og professionel dialog.

3. FASE: Implementeringsstrategi

- 3.1 Kortlæg de nødvendige ressourcer og kompetencer for at implementere konceptet.
- 3.2 Udarbejd en handlingsplan, der sikrer en smidig og effektiv implementering.
- 3.3 Fastlægning af ansvarsområder og målbare indikatorer for succeser.
- 3.4 Præsentation af en samlet strategi for kernekundekonceptet til ledelsen

ØNSKET UDBYTTÉ FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med

- ✓ Et kernekundekoncept, der er klar til implementering.
- ✓ En kommunikationsstrategi og implementeringsplan, der sikrer en problemfri integration i organisationens daglige arbejde og skaber langsigtet værdi.

RELEVANTE KOMPETENCER

- ✓ Forretningsudvikling og strategi.
- ✓ Dataanalyse og kundeindsigt.
- ✓ Kommunikation og branding.
- ✓ Projektledelse og procesoptimering.
- ✓ Erfaring med kundeinterviews og brugerundersøgelser.
- ✓ Grafisk design og præsentation (bonus).

TALENTPROFIL

3Teknik søger proaktive og løsningsorienterede talenter med en analytisk tilgang til opgaverne. Teamet skal bestå af personer, der trives med at arbejde selvstændigt og samtidig kan samarbejde på tværs af organisatoriske niveauer. Erfaring med strategisk tænkning, kommunikation og projektledelse er en fordel.

Teamet vil arbejde tæt sammen med ledelsen i 3Teknik og få mulighed for at bidrage til en strategisk vigtig opgave, der kan skabe stor værdi for virksomheden. Evnen til at udfordre sig selv og udvikle kompetencer inden for kundestrategi og forretningsudvikling er afgørende.