

Scan Convert A/S

Scan Convert er en specialiseret produktionsvirksomhed med egen ingeniør og tegnestue, hvor design og projektering af stålløsninger til byggebranchen og beslægtede industrier er i fuld fokus. Virksomheden tilbyder total-løsninger indenfor design, konstruktion, produktion, montage, installation og af kundespecificerede projekter. Fra adressen i Odense og med 11 års erfaring i certificering i statiske projekteringer og skræddersyede stålløsninger, tilbyder Scan Convert optimering af byggeprocesser og kosteffektive konstruktioner. Virksomheden har et stærkt fokus på kvalitet, præcision og innovation.

CASE: Scan Convert ønsker at optimere deres markedsføring og digitale tilstedeværelse for at nå ud til relevante beslutningstagere i byggebranchen. Talentgruppen vil få til opgave at evaluere og optimere virksomhedens nuværende hjemmeside, opbygge en aktiv LinkedIn-strategi og producere effektive flyers – alt sammen med det formål at øge synligheden og styrke virksomhedens brand.

OVERVIEW

Virksomhed	Scan Convert A/S
Lokation	Svendsagervej 8, 5240 Odense NØ
Kontaktperson	Jes Bo Rennebød (Direktør)

VIRKSOMHEDSPROFIL

Scan Convert A/S har siden sin grundlæggelse i 2006 specialiseret sig i udvikling og produktion af avancerede stålløsninger og maskiner til byggebranchen og beslægtede industrier. Virksomheden har opbygget en solid kundebase blandt arkitekter, kommuner, Vejdirektoratet, entreprenører og større byggeprojekter. Scan Convert har været certificeret i EN 1090 samt EN 3834 siden 2014, dette med certificering i alle deklarationsmetoder ifb. CE-mærkning.

Virksomheden arbejder tæt sammen med kunderne for at designe løsninger, der optimerer arbejdsprocesser, og minimerer spild både ift. tid og penge. Gennem årtier har Scan Convert kontinuerligt udviklet deres teknologi og tilpasset sig nye krav i industrien. Værdierne i virksomheden kræser omkring de tre t'er: tryghed, tillid og trivsel: Det skal give mening for alle parter at være en del af holdet – uanset om du sidder på tegnestuen eller står i produktionen. Der er egen tegnestue på lokationen, og virksomheden har også deres egne ingeniører tilknyttet. Scan Convert kører med et tillidsbaseret tidsregistreringssystem, og der er mellem 10-12 ansættelser. Virksomheden er desuden kendetegnet af at have en flad struktur, hvor der er korte kommunikationsveje mellem medarbejdere og ledelse. Denne struktur fremmer en åben og transparent dialog, hvor idéer og feedback kan deles frit.

Trods en stærk position på markedet har Scan Convert identificeret et behov for en mere moderne og effektiv markedsføringsstrategi. Deres nuværende digitale platforme afspejler ikke fuldt ud deres kompetencer, produkter og innovative løsninger. Derfor ønsker virksomheden nu at styrke deres branding og markedsføring med en digital opdatering.

CASEBESKRIVELSE

For at øge synligheden og skærpe Scan Converts markedsføringsindsats skal der udvikles en mere professionel og brugervenlig hjemmeside (med opdateret produktmateriale og et grafisk touch), en aktiv LinkedIn-tilstedeværelse (med contentkalender) og effektive, visuelle salgsmaterialer.

Den nuværende hjemmeside fremstår utidssvarende og mangler en klar struktur og visuel identitet, der kommunikerer virksomhedens stærke position i branchen. Der er behov for en grundig evaluering og optimering af hjemmesiden, så den bliver mere brugervenlig og klart viser produkter, cases og ekspertiseområder.

LinkedIn-plattformen er enten fraværende eller inaktiv, hvilket gør, at Scan Convert ikke udnytter det store potentiale for at engagere sig i branchen og synliggøre deres løsninger. Der skal udvikles en contentkalender, som sikrer løbende opdateringer og relevante opslag målrettet beslutningstagere i branchen.

Der er behov for at opdatere virksomhedens fysiske salgsmaterialer, såsom flyers, der kan anvendes til messer, kundemøder og direkte salg. Disse materialer skal være professionelle og kommunikere Scan Converts værdiskabelse klart og præcist.

Målet med casen er at styrke Scan Converts branding, skabe større synlighed i markedet og sikre en mere målrettet kommunikation med kunder og samarbejdspartnere.

KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser:

0. Fase: Onboarding og fastlæggelse af overordnede målsætninger.

- 0.1. Onboarding til virksomheden, deres vision, værdier, nuværende strategi og generelt det marked og branche, 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 ønskede resultat.
- 0.4. Gennemgå casens konkrete opgaver, og kvalificer 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: Hvem skal fx være projektleder?
- 0.6. Overstående punkter og forventningsafstemning udfyldes i samarbejde med virksomheden i onboardingsskemaet.

1. FASE: DATAINDSAMLING, RESEARCH OG ANALYSE

- 1.1 Gennemgang af nuværende markedsføringsstrategi: Evaluering af Scan Converts eksisterende digitale platforme (website, sociale medier, nyhedsbreve, annoncering, m.m.) for at identificere styrker og svagheder i forhold til design, brugeroplevelse og budskaber.
 - 1.1.1 Analyse af nuværende content og kommunikation:

- 1.1.1.1 Hvad er de primære budskaber, og hvordan positionerer Scan Convert sig i forhold til konkurrenterne?
- 1.1.2 Indsamling af interne erfaringer:
 - 1.1.2.1 Interview med Jes Bo: hvordan arbejder Scan Convert med markedsføring i dag?
 - 1.1.2.2 Hvilke værktøjer de bruger de, og hvor oplever de største udfordringer. (Potentielt er der ikke så meget for den senere periode, men der ligger en del materiale for fra 10 år siden, som kunne være spændende at anvende i jeres research).
- 1.2 Konkurrentanalyse:
 - 1.2.1 Undersøgelse af konkurrenters digitale tilstedeværelse:
 - 1.2.1.1 Aanalyse af hjemmesider, sociale medier og markedsføringsstrategier for at identificere best practices og inspiration.
 - 1.2.2 Benchmarking af online performance:
 - 1.2.2.1 Hvordan rangerer Scan Converts hjemmeside og SoMe-aktiviteter ift. konkurrenterne?
 - 1.2.2.2 Er der synlige forskelle i rækkevidde, engagement eller budskaber?
 - 1.2.3 Identifikation af unikke selling points (USPs):
 - 1.2.3.1 Hvilke budskaber skiller Scan Convert sig ud med i forhold til konkurrenterne, og hvor er der potentiale for forbedring?
- 1.3 Målgruppeanalyse
 - 1.3.1 Identifikation og segmentering af relevante beslutningstagere i byggebranchen, herunder arkitekter, kommuner, entreprenører og Vejdirektoratet:
 - 1.3.1.1 Hvilke digitale kanaler bruger de, hvordan indhenter de information om leverandører og løsninger, og hvad påvirker deres beslutningsproces?
 - 1.3.1.2 Hvis muligt, indsamling af indsigt fra eksisterende kunder og samarbejdspartnere for at forstå, hvad de vægter højt i deres valg af leverandører.
 - 1.3.2 Analyse af offline og online touchpoints:
 - 1.3.2.1 Hvor møder Scan Convert typisk sine kunder?
 - 1.3.2.2 Skal der være en balance mellem messer, netværksmøder og digitale platforme?

2. FASE: KORTLÆGNING OG STRATEGISK PLANLÆGNING

- 2.1 Optimering af hjemmeside:
 - 2.1.1 Udarbejdelse af en plan for at evaluere og forbedre den eksisterende hjemmeside. Fokus på forbedret struktur, navigation, visuelt design og indhold, så det bliver mere brugervenligt og bedre afspejler Scan Converts ekspertise og løsninger.
- 2.2 LinkedIn-strategi:
 - 2.2.1 Udvikling af en omfattende contentstrategi og en contentkalender for LinkedIn. Strategien skal inkludere typer af opslag (artikler, case studies, testimonials, brancheindhold), samt en plan for, hvordan Scan Convert aktivt kan engagere sig med beslutningstagere på platformen.
- 2.3 Design af flyers og salgsmaterialer:

- 2.3.1 Udarbejdelse af koncept og design for flyers, der kommunikerer Scan Converts værdi og ekspertise klart. Flyers skal være enkle, men visuelt stærke og professionelle, og kunne anvendes både til messer og som salgsfremmende materiale.

3. FASE: EKSEKVERING OG IMPLEMENTERING

- 3.1 Implementering af hjemmesideopdateringer:
 - 3.1.1 Gennemførelse af de nødvendige ændringer på hjemmesiden, inklusive opdatering af indhold, layout og visuel identitet.
- 3.2 Opsætning og lancering af LinkedIn-strategi:
 - 3.2.1 Oprettelse og optimering af Scan Converts LinkedIn-side og opstart af den planlagte contentkalender. Dette omfatter også den første række opslag for at skabe engagement og opmærksomhed.
- 3.3 Produktion af flyers:
 - 3.3.1 Design og produktion af de reviderede flyers, som derefter kan trykkes og distribueres ved relevante messer, møder og kundekontakter.

ØNSKET UDBYTTÉ FOR VIRKSOMHEDEN

- ✓ **En optimeret hjemmeside**, der bedre afspejler Scan Converts ekspertise og løsninger og samtidig er brugervenlig og let at navigere.
- ✓ **En aktiv LinkedIn-tilstedeværelse med contentkalender**, der engagerer relevante beslutningstagere i byggebranchen og øger virksomhedens synlighed og brand-awareness.
- ✓ **Professionelle flyers og salgsmaterialer**, der kan anvendes til messer, møder og direkte salg.
- ✓ **En klar og effektiv markedsføringsstrategi**, der styrker Scan Converts position i markedet og øger synligheden overfor beslutningstagere i byggebranchen.

RELEVANTE KOMPETENCER

- Digital markedsføring og branding
- Kommunikation og content creation
- Webdesign og UX (User Experience)
- Grafisk design og visuel identitet
- Forretningsforståelse og strategisk markedsanalyse
- B2B-markedsføring og forståelse for byggebranchen

TALENTPROFIL

Denne case giver talentgruppen mulighed for at arbejde med en ægte markedsføringsudfordring, hvor man som talent både kan udvikle strategi og skabe konkrete materialer, der vil blive brugt i praksis. Det er en unik mulighed for at arbejde tæt med en specialiseret B2B-virksomhed i byggebranchen, hvor markedsføring spiller en afgørende rolle i at styrke kundekontakten og brandets position. Casen kombinerer strategi, analyse og kreativt

arbejde og giver mulighed for at skabe reel værdi i et projekt med stor betydning for virksomheden.

Hos Scan Convert er der en afslappet og fleksibel arbejdskultur, hvor talentgruppen får frihed under ansvar og mulighed for at arbejde hjemmefra 1-2 dage om ugen. Når der arbejdes fra kontoret, er der plads til fordybelse i virksomhedens refleksionsrum eller en gåtur i den smukke natur omkring lokationen. Fra tid til anden er der sociale arrangementer som fx fællesture ud at spise – ofte pakistansk eller thailandsk – hvilket understøtter en inkluderende arbejdsplads, hvor alle kulturer er velkomne.

Casen er ideel for dig, der ønsker at kombinere strategisk markedsføring med kreativ eksekvering i et miljø, hvor faglig udvikling går hånd i hånd med et godt arbejdsmiljø.