IT Effect ApS

IT Effect ApS er en dansk ERP-specialist, der udvikler og implementerer branchespecifikke IT-løsninger til bygge- og anlægsbranchen. Virksomheden blev etableret med et klart mål: at skabe mere værdi og transparens i en kompleks og ofte fragmenteret branche, hvor overblik, effektivitet og kontrol er afgørende parametre.

CASE: IT Effect ønsker at udarbejde en ambitiøs og realistisk Go-To-Market strategi, der skal fungere som katalysator for virksomhedens næste vækstfase. Casen omhandler derfor ikke blot udviklingen af en strategi, men også en dybdegående forståelse af markedet, målgruppen og virksomhedens egen rolle i værdikæden.

OVERVIEW

Virksomhed	IT Effect ApS
Lokation	Ørstedvej 10, 8660 Silkeborg
Kontaktperson	Brian Busk (Direktør)

VIRKSOMHEDEN

IT Effect ApS (herefter IT Effect) er en dansk ERP-specialist, der udvikler og implementerer branchespecifikke IT-løsninger til bygge- og anlægsbranchen. Virksomheden blev etableret med et klart mål: at skabe mere værdi og transparens i en kompleks og ofte fragmenteret branche, hvor overblik, effektivitet og kontrol er afgørende parametre. IT Effects kerneprodukt er en skræddersyet ERP-platform, der gør det muligt for kunderne at styre hele projektlivscyklussen – fra tilbudsgivning til slutaflevering – i ét samlet system.

Virksomheden har i dag en stærk forankring i det danske marked og samarbejder tæt med en lang række små og mellemstore entreprenør- og byggevirksomheder. IT Effect differentierer sig ved at kende kundernes hverdag til fingerspidserne – og bygge sine løsninger med direkte afsæt i de udfordringer, virksomhederne møder på byggepladsen, i administrationen og i ledelsen. Her kombineres teknisk robusthed med brugervenlighed og høj tilpasningsgrad, hvilket gør løsningen relevant for både projektledere, økonomiansvarlige og direktører.

IT Effect har indtil videre primært vækstet gennem netværk, opsøgende salg og individuelle relationer, men står nu ved en vigtig strategisk skillevej. For at kunne skalere yderligere og udnytte potentialet i markedet, er der behov for en mere struktureret og skalerbar tilgang til markedet – både hvad angår leadgenerering, brandpositionering og digital synlighed. Herudover ønsker virksomheden at styrke sit brand og tydeliggøre sin rolle som en betroet digital partner i byggebranchen.

Med en sund økonomi, et engageret team og et solidt produkt har IT Effect et stærkt udgangspunkt. Det næste naturlige skridt er at udvikle en fokuseret og handlingsorienteret Go-To-Market strategi, der understøtter virksomhedens vækstrejse og sikrer, at deres løsninger når bredere ud – uden at gå på kompromis med relevans og kundeoplevelse.

CASE BESKRIVELSE

IT Effect ønsker at udarbejde en ambitiøs og realistisk Go-To-Market strategi, der skal fungere som katalysator for virksomhedens næste vækstfase. Casen omhandler derfor ikke blot udviklingen af en strategi, men også en dybdegående forståelse af markedet, målgruppen og virksomhedens egen rolle i værdikæden.

I dag benytter IT Effect sig af flere uformelle og relationelle salgsmetoder, som har skabt gode resultater – men også efterlader virksomheden sårbar overfor udsving i markedet eller personaleressourcer. Derfor skal teamet i denne case udvikle en plan, der gør virksomhedens vækstmodel mere robust, digitalt funderet og målrettet de mest relevante segmenter i byggebranchen.

Projektet tager afsæt i en række strategiske nøglespørgsmål:

- Hvordan segmenteres markedet mest effektivt ift. købsadfærd, virksomhedsstørrelse og behov?
- Hvilke beslutningstagere skal der kommunikeres til – og hvordan?
- Hvilke udfordringer og pains oplever målgruppen, og hvordan matcher IT Effects løsninger disse?
- Hvordan optimeres virksomhedens inbound kanaler, så flere relevante leads tiltrækkes digitalt?
- Hvilke distributionskanaler er mest effektive – og hvordan kan salgsmodellen forbedres?
- Hvordan visualiseres og struktureres det samlede forretningskoncept i en Business Model Canvas?

Projektteamet skal indlede med at udvikle en analyseramme, som danner grundlag for hele projektets videre arbejde. Denne ramme skal danne basis for en strategisk markedsanalyse, der dykker ned i konkurrencesituationen, branchens udvikling, købsadfærd og relevante trends. På baggrund af analysen skal teamet udvikle en konkret Go-To-Market strategi med forslag til leadgenerering, content og salgssetup, og afslutningsvis udarbejde en eksekveringsplan, der beskriver, hvordan strategien kan implementeres i praksis.

IT Effect stiller sig til rådighed med nøglepersoner fra ledelsen samt adgang til interne ressourcer og data. Der lægges vægt på, at teamet arbejder tæt sammen med virksomheden og sikrer løbende feedback, så løsningen forankres bedst muligt.

KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser:

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

1. **FASE: Analyse og metodevalg**
   - 1.1 Udarbejdelse og præsentation af analyseramme
   - 1.2 Afgræsning af markedet og målgruppen
   - 1.3 Udarbejdelse af hypotesegrundlag for markedsanalysen
   - 1.4 Planlægning af researchstrategi – Hvad skal benyttes? Og hvordan skal det vægtes og fordeles?
     - 1.4.1 Desk research

1.4.2 Kvalitativ interview
1.4.3 Kvantitativ analyseform
1.4.4 Andet

1.5 Præsentation af teamets valgte analyseramme. Her giver IT Effect feedback og accept før næste fase kan igangsættes

2. FASE: Markedsanalyse

2.1 Kortlægning af markedstrends, lovgivning og digitaliseringsinitiativer i branchen
2.2 Udarbejdelse af Porters Five Forces og SWOT/TOWS-analyse
2.3 Udarbejdelse af kunde- og segmentprofiler
2.4 Gennemførelse af kunderejse-analyse med pain points og beslutningsparametre
2.5 Benchmarking mod konkurrenter og alternative løsninger
2.6 Løbende præsentation og feedback fra IT Effect til teamet

3. FASE: Strategiudvikling

3.1 Udarbejdelse af Go-To-Market strategi med fokus på:
3.1.1 Positionering og value proposition
3.1.2 Leadgenerering og inbound marketing (SEO, content, SoMe)
3.1.3 Anbefaling af distributionskanaler (direkte, digitale, partnere)
3.2 Udarbejdelse af Business Model Canvas
3.3 Visualisering af strategi og prioriteringer
3.4 Tæt sparring med virksomhedens ledelse undervejs i denne fase

4. FASE: Eksekveringsplan og præsentation

4.1 Udarbejdelse af implementeringsplan med deadlines, ansvar og faser
4.2 Anbefaling af KPI'er og evalueringsværktøjer
4.3 Kommunikationsplan og forslag til intern forankring
4.4 Afsluttende præsentation for IT Effects ledelse

ØNSKET UDBYTTE FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå tilbage med:

- ✓ En fyldetsgørende markedsanalyse
- ✓ En konkret og anvendelig Go-To-Market strategi
- ✓ En eksekveringsklar handlingsplan med høj implementerbarhed
- ✓ En visuel og professionel præsentation samt rapport til internt brug

RELEVANTE KOMPETENCER

- ✓ Forretningsudvikling
- ✓ Marketing, Kommunikation
- ✓ Segmentering, Kundeanalyse, Kundesegmenter
- ✓ IT, Data, Digitalisering
- ✓ Projektarbejde, Projektledelse
- ✓ Kendskab til branchen vil være et plus, dog ikke et krav

TALENTPROFIL

Denne case henvender sig til dig, der ønsker at kombinere forretningsudvikling, analyse og marketing i en konkret strategisk opgave med direkte impact på en virksomhed i vækst. IT Effect søger et dedikeret team, der kan bringe nye perspektiver, forretningsforståelse og digital tæft i spil.

Du behøver ikke være teknisk specialist, men en naturlig nysgerrighed og forståelse for IT-systemer og ERP-løsninger vil være en fordel. Endnu vigtigere er din evne til at analysere komplekse sammenhænge, identificere muligheder og omsætte dem til brugbare løsninger. Du trives med at arbejde struktureret og har flair for både analyse og kommunikation – og du motiveres af at gøre en forskel gennem samarbejde og ejerskab.

IT Effect forventer, at teamet arbejder analytisk, nysgerrigt og med blik for både strategisk helhed og operationelle detaljer. Du får mulighed for at få hands-on erfaring med et rigtigt forretningsprojekt, som bliver en del af den faktiske beslutningsproces i virksomheden.

Projektet giver mulighed for at arbejde tæt med IT Effects CEO og øvrige nøglepersoner, og der er god adgang til virksomhedens interne data, ressourcer og markedskendskab. Det forventes, at teamet har en vis fysisk tilstedeværelse på virksomhedens lokation, men der vil også være mulighed for fleksibilitet og hjemmearbejde.