

Grafikr

Grafikr er et specialiseret Shopify-bureau, der arbejder med nogle af de største Shopify-virksomheder i Norden, særligt inden for fashion og retail. Virksomheden har gennem de seneste år professionaliseret forretningen og leverede i 2025 sit bedste resultat hidtil. Nu står Grafikr over for en ny strategisk udfordring: AI gør arbejdet markant hurtigere, men virksomhedens eksisterende timebaserede forretningsmodel betyder samtidig, at effektiviseringen kan føre til lavere fakturering.

CASE: Teamet skal udvikle en ny forretningsmodel, hvor AI gør arbejdet hurtigere, uden at værdien for kunden eller virksomhedens indtjening falder. Casen handler om at hjælpe Grafikr med at undersøge, udvikle og teste nye pris- og forretningsmodeller, der kan omsætte AI-effektivisering til en fordel for både Grafikr og kunderne. Målet er at udvikle 1-2 konkrete modeller med en dokumenteret business case, som kan testes på eksisterende kunder og danne grundlag for Grafikrs fremtidige måde at drive sin forretning på.

OVERVIEW

Virksomhed	Grafikr
Lokation	Jernbanegade 12A, DK-8900 Randers C
Kontaktperson	Kiranan Luxmy, Founder & CEO

VIRKSOMHEDSPROFIL

Grafikr er et dansk e-commerce bureau med speciale i Shopify og arbejder med nogle af de største Shopify-brugere i Norden. Virksomheden har særligt opbygget en stærk position inden for fashion og retail og arbejder med udvikling, design, rådgivning og løbende optimering af kundernes e-commerce løsninger.

Grafikr har gennemgået en betydelig udvikling. Efter flere år med kraftig vækst voksede organisationen til omkring 38 medarbejdere. Herefter fulgte en periode, hvor markedet ændrede sig, og virksomheden havde behov for at tilpasse og professionalisere organisationen. I 2025 lykkedes denne udvikling, og virksomheden leverede sit bedste regnskab hidtil. Ambitionen er nu at fastholde den økonomiske performance og samtidig udvikle en forretningsmodel, der er robust i en branche, som ændrer sig hurtigt.

En væsentlig styrke i Grafikrs forretning er de langvarige kunderelationer. Omkring 75 procent af omsætningen kommer fra eksisterende kunder, der løbende køber konsulenttimer hos Grafikr. Det har historisk skabt en stabil og attraktiv forretning, fordi virksomheden ikke er afhængig af konstant at vinde nye kunder.

Men AI ændrer forudsætningerne. Opgaver, der tidligere kunne tage f.eks. 50 timer, kan nu måske løses på 20-30. Det giver store muligheder for at skabe mere værdi, men udfordrer samtidig en forretningsmodel, hvor omsætningen er direkte koblet til tidsforbruget.

Grafikr ønsker derfor ikke blot at blive hurtigere. Virksomheden ønsker at bruge den teknologiske udvikling til at styrke sin position som strategisk partner. Målet er fortsat, at kunderne vælger Grafikr for virksomhedens rådgivning, erfaring, indsigt og ansvar for performance, ikke alene fordi Grafikr kan producere hurtigere end konkurrenterne.

CASE BESKRIVELSE

AI og nye digitale værktøjer gør Grafikrs medarbejdere mere produktive. Det er positivt, men skaber også en strategisk udfordring.

En stor del af forretningen bygger på timebaserede kundaftaler. Når opgaver kan løses hurtigere, falder antallet af fakturerbare timer. Produktivitetsforbedringer kan derfor reducere omsætningen, selvom leverancen bliver bedre og mere effektiv.

Samtidig skal medarbejderne arbejde på flere opgaver i løbet af dagen. Det øger antallet af skift mellem kunder og projekter og kan medføre produktivitetstab, fordi medarbejderne løbende skal sætte sig ind i nye problemstillinger.

En løsning kunne være at konvertere aftalerne til faste priser. Grafikr ønsker dog ikke blot at ændre prismodellen for at beskytte indtjeningen. En ny model skal også skabe tydelig værdi for kunden.

Casen undersøger derfor: **Hvordan kan Grafikr udvikle nye forretnings- og prismodeller, hvor AI-effektivisering skaber en stærkere økonomisk business case for Grafikr og større værdi for kunden?**

Projektteamet skal først analysere Grafikrs nuværende forretning og derefter undersøge relevante modeller blandt både direkte konkurrenter og andre konsulentvirksomheder med lignende udfordringer.

Grafikr har allerede afprøvet modeller, hvor kundens budget fastholdes, mens der leveres mere inden for samme ramme. AI kan f.eks. reducere tiden på rutineopgaver, så den frigjorte kapacitet bruges på research, kvalitetssikring eller andre aktiviteter, der forbedrer resultatet.

Caseteamet skal bygge videre på disse erfaringer og udvikle konkrete alternativer. Målet er at udvikle 1 til 2 stærke forretningsmodeller, som Grafikr kan teste med udvalgte eksisterende kunder.

KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser:

0. Fase: Onboarding og analyse af Grafikrs nuværende forretningsmodel

- 0.1. Introduktion til Grafikr, virksomhedens services, kunder og forretningsmodel.
- 0.2. Kortlægning af de vigtigste serviceområder og typer af kundeopgaver.
- 0.3. Analyse af eksisterende kundaftaler, timepriser, ratecards og budgetmodeller.
- 0.4. Kortlægning af hvordan omsætningen fordeler sig mellem projekter og eksisterende kunder.
- 0.5. Analyse af hvordan AI allerede påvirker tidsforbruget på forskellige typer af opgaver.
- 0.6. Identifikation af områder, hvor effektivisering allerede påvirker omsætning, kapacitet eller medarbejdernes arbejdsform.
- 0.7. Interviews med relevante medarbejdere for at forstå udvikler-, design-, projektleder- og kundeperspektivet.
- 0.8. Opstilling af et økonomisk baseline-scenarie, der viser den nuværende model og konsekvenserne af fortsat AI-effektivisering.

Formålet med fase 1 er at skabe et solidt datagrundlag. Grafikr ønsker, at nye modeller skal bygge på en reel business case og ikke alene på idéer eller antagelser.

1. FASE: Markedsresearch, konkurrentanalyse og inspiration

- 1.1 Kortlægning af hvordan Grafikrs vigtigste konkurrenter prissætter og strukturerer deres løbende kundesamarbejder.
- 1.2 Undersøgelse af hvilke virksomheder der allerede har ændret prismodel som følge af AI.
- 1.3 Analyse af modeller som fastpris, retainers, abonnementer, værdibaseret prissætning, performance-baserede modeller og hybride modeller.
- 1.4 Research på større konsulentvirksomheder og bureauer, som står over for tilsvarende udfordringer.
- 1.5 Identifikation af internationale eksempler på nye AI-relaterede forretningsmodeller.
- 1.6 Analyse af fordele og risici ved de forskellige modeller for både kunde og Grafikr.
- 1.7 Interviews eller dialog med relevante aktører, hvor det kan give ekstra indsigt.
- 1.8 Udvælgelse af de mest relevante modeller og principper, som kan overføres til Grafikr.

Grafikr ser problemstillingen som større end Shopify-branchen alene. Derfor skal teamet også søge inspiration uden for Grafikrs direkte konkurrentfelt.

2. FASE: Udvikling af nye forretningsmodeller og business cases

- 2.1 Udvikling af forskellige scenarier for Grafikrs fremtidige prismodel.
- 2.2 Beregning af økonomiske konsekvenser for Grafikr ved de enkelte modeller.
- 2.3 Analyse af kundens økonomiske og forretningsmæssige fordel ved modellerne.
- 2.4 Vurdering af hvordan AI-gevinsten kan fordeles mellem Grafikr og kunden.
- 2.5 Udvikling af forslag til, hvordan frigjort kapacitet kan omsættes til ekstra værdi for kunden.
- 2.6 Vurdering af om eksisterende services skal ændres, pakketes eller suppleres med nye ydelser. · Udvikling af konkrete priseksempler og kundescenarier.
- 2.7 Udvælgelse af 1-2 modeller, som vurderes mest interessante at gå videre med.

Den centrale test er, om der kan udvikles en model, hvor Grafikr kan fastholde eller øge omsætning og margin, samtidig med at kunden oplever en stærkere leverance og et tydeligt incitament til at vælge modellen.

3. FASE: Kundetest, feedback og anbefalinger

- 3.1 Udvælgelse af eksisterende kunder, hvor nye modeller kan diskuteres eller testes.
- 3.2 Forberedelse af konkrete kunde propositioner og præsentationsmateriale.
- 3.3 Udvikling af argumentationen for den enkelte model.
- 3.4 Deltagelse i eller observation af kundedialoger sammen med Grafikr.
- 3.5 Indsamling af feedback på pris, værdi, risici og kundens oplevelse af modellen.
- 3.6 Justering af modellerne på baggrund af kundernes feedback.
- 3.7 Sammenligning af modellerne ud fra økonomi, kundeattraktivitet og implementerbarhed.
- 3.8 Udarbejdelse af konkret anbefaling til Grafikrs ledelse.
- 3.9 Udarbejdelse af en handlingsplan for videre test og implementering efter casen.

Grafikr er åben for at begynde kundetest allerede omkring halvvejs i projektet, så teamet kan bruge reel feedback til at forbedre modellerne undervejs.

ØNSKET UDBYTTE FOR VIRKSOMHEDEN

Det vigtigste output af casen er at udvikle 1-2 konkrete og økonomisk dokumenterede forretningsmodeller, som Grafikr kan teste og arbejde videre med.

Projektet skal skabe et beslutningsgrundlag, der gør det muligt for Grafikr at bevæge sig væk fra en situation, hvor AI-effektivisering automatisk betyder færre fakturerbare timer, og i stedet bruge teknologien til at øge værdien af virksomhedens leverancer. Efter casen skal Grafikr gerne stå med:

- En grundig analyse af den nuværende forretnings- og prismodel.
- Et overblik over hvordan AI påvirker Grafikrs økonomi og arbejdsform.
- Benchmark og inspiration fra konkurrenter og andre konsulentvirksomheder.
- 1-2 konkrete forslag til nye forretnings- og prismodeller.
- En økonomisk business case på de anbefalede modeller.
- En anbefaling til hvordan modellerne kan testes og implementeres videre.

Målet er dermed ikke alene en rapport, men et konkret grundlag for at træffe en af de vigtigste strategiske beslutninger for Grafikrs fremtidige forretning. Kiranans ønskede slutprodukt er netop en potentiel forretningsmodel, som virksomheden kan arbejde videre med og afprøve i markedet.

RELEVANTE KOMPETENCER

- Forretningsforståelse og forretningsudvikling
- Økonomi og databehandling
- Analyse
- Salg og kommunikation
- Strategisk tænkning og kommerciel forståelse

TALENTPROFIL

Grafikr søger ikke nødvendigvis bestemte uddannelsesretninger. Det vigtigste er, at teamet samlet set rummer forskellige kompetencer. Ideelt ser Grafikr en kombination af en strukturerede og talstærke profiler, nogle kommercielle forretningsudviklingsprofiler og nogle stærke researchprofiler.

Grunde til at vælge denne case er:

- Du arbejder med en 100 procent reel strategisk udfordring, som Grafikrs ledelse aktivt skal træffe beslutninger om.
- Du arbejder med en problemstilling, der ikke kun gælder Grafikr, men store dele af bureau- og konsulentbranchen.
- Du får mulighed for at undersøge, hvordan AI grundlæggende ændrer måden professionelle servicevirksomheder tjener penge på.
- Du kommer tæt på Grafikrs ledelse, medarbejdere og kunder og får adgang til den information, der er nødvendig for at løse opgaven.
- Du arbejder både med strategi, økonomi, research, innovation, salg og kundedadfærd.

- Dine anbefalinger kan blive testet på virkelige kunder allerede under projektet og efterfølgende implementeret i virksomhedens forretning.

Grafikr ønsker samtidig, at caseteamet bliver en reel del af virksomheden under forløbet. Talenterne får adgang til organisationen og relevante medarbejdere og bliver inkluderet i arbejdsmiljøet og virksomhedens sociale aktiviteter. Der er stor frihed, men også en forventning om selvstændighed, struktur og ansvar.