

Sport Direct Aarhus

Sport Direct er en af Danmarks største leverandører af sportsudstyr, spilletøj og profilbeklædning til sportsklubber, institutioner og virksomheder.

CASE: Udvikling af en skalerbar salgsmodel, hvor salgsfremmende aktiviteter, leadkvalificering, kundeonboarding og eksisterende salgskanaler arbejder sammen om at skabe et øget salg.

OVERBLIK

Virksomhed	Sport Direct Aarhus
Lokation	Vestergade 19B, 8000 Aarhus C
Kontaktperson	Mathias Stagsted, Salgsansvarlig Michael Lynge, Ejerleder

VIRKSOMHEDSPROFIL

Sport Direct er en af Danmarks største leverandører af sportsudstyr, spilletøj og profilbeklædning til sportsklubber, institutioner og virksomheder. Virksomheden opererer gennem et landsdækkende forhandlernetværk og har opbygget en stærk position på markedet gennem mange år med fokus på kvalitet, leveringssikkerhed og stærke brands.

Sport Direct Aarhus er en virksomhed i vækst og har ambitioner om fortsat at øge omsætningen. Virksomheden har allerede opbygget flere salgskanaler, som skal understøtte salget og gøre det nemmere for kunderne at handle med Sport Direct Aarhus.

I dag er den personlige salgsindsats dog fortsat en væsentlig del af virksomhedens måde at skabe salg på. Sælgerne arbejder blandt andet aktivt med kunder og leads gennem direkte kontakt og opfølgning. Samtidig er der et potentiale i at styrke de øvrige salgsaktiviteter og kanaler, så sælgernes tid i højere grad bruges på de kunder og leads, hvor den personlige salgsindsats skaber størst værdi. Sport Direct Aarhus ønsker derfor at udvikle en mere skalerbar salgsmodel, hvor salgsfremmende aktiviteter, leadkvalificering, kundeonboarding og virksomhedens eksisterende salgskanaler spiller bedre sammen.

Målet er ikke at erstatte det personlige salg, men at understøtte det, så virksomheden vokster gennem øget aktivitet på uudnyttede salgskanaler.

Sport Direct Aarhus ønsker derfor at finde et team af talenter, som kan understøtte dem i denne proces samt komme med indspark til en mere skalerbar salgsindsats, hvor øget salg i højere grad kan skabes gennem strukturerede aktiviteter og salgskanaler frem for øget manuel salgsindsats.

CASEBESKRIVELSE

Sport Direct Aarhus ønsker at styrke salget gennem salgsfremmende aktiviteter, bedre leadkvalificering og øget anvendelse af virksomhedens eksisterende salgskanaler. Målet er at skabe flere kvalificerede leads og mere salg, samtidig med at kunderne i højere grad bliver selvkørende og benytter de salgskanaler, Sport Direct Aarhus allerede har etableret. Det gælder både gennem en stærkere aktivering af eksisterende kunder og en bedre onboarding af nye kunder.

Casen er hands-on og skal ikke resultere i en analyse eller rapport med anbefalinger. Teamet skal løbende udvikle, teste og optimere konkrete salgsaktiviteter. Indsigterne fra de konkrete tests skal undervejs danne grundlag for en mere effektiv og skalerbar salgsmodel, hvor sælgernes tid i højere grad bruges på de rigtige leads og kunder, mens flere kunder selv benytter Sport Direct Aarhuss eksisterende salgskanaler. Ved projektets afslutning skal virksomheden stå med konkret testede aktiviteter, valide indsigter og en handleplan for de salgsindsatser, der skal arbejdes videre med.

KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser:

0. Fase: Onboarding og fastlæggelse af overordnet målsætninger.

- 0.1. Onboarding til virksomheden, deres vision, værdier, ydelser, strategi, organisation, systemer og generelt den branche og det marked, de opererer i.

1. Fase: Kortlæg og forstå virksomhedens nuværende salgsmodel, arbejdsgange og organisering med henblik på at skabe et overblik over indsatsområder.

- 1.1 Forstå hvordan Sport Direct Aarhus arbejder med salg i dag, herunder:
 - 1.1.1 Hvor leads kommer fra
 - 1.1.2 Hvordan leads kvalificeres
 - 1.1.3 Hvornår og hvordan sælgerne overtager et lead
 - 1.1.4 Hvilke leads der konverterer til salg
- 1.2 Kortlæg de eksisterende salgskanaler og forstå, hvordan kunderne anvender dem i dag, herunder hvor kunderne har behov for hjælp fra sælgerne eller support fra Michael.
- 1.3 Fastlæg i samarbejde med Sport Direct Aarhus hvilke kommercielle mål og KPI'er der er for forløbet.
- 1.4 Identificer samarbejdsflader mellem salg, administration og leverance, så I senere sikrer, at de salgsaktiviteter der igangsættes, har gnidningsfrie snitflader mellem salg og leverance.

2. Fase: Igangsæt aktiviteter ifm. Indsatsområderne og afprøv potentielle salgsfremmende aktiviteter med henblik på at fastlægge, hvilke der har en positiv effekt og bør integreres.

- 2.1 Identificér relevante kundesegmenter med potentiale for øget salg, genkøb og mersalg.
- 2.2 Identificér hvor Sport Direct Aarhus har størst potentiale for at aktivere eksisterende kunder og skabe flere kvalificerede leads.
- 2.3 Udvikle konkrete hypoteser for, hvilke salgsfremmende aktiviteter der kan skabe effekt, og prioritér de aktiviteter, der hurtigt kan testes.
- 2.4 Udvikle og igangsæt konkrete salgsaktiviteter, f.eks.:
 - 2.4.1 Kampagner
 - 2.4.2 Genkøbs- og mersalgsaktiviteter
 - 2.4.3 Kundeaktivering
 - 2.4.4 Leadgenerering
 - 2.4.5 E-mail- og kommunikationsflows

- 2.5 Følg løbende resultaterne og brug indsigterne fra de første tests til at justere og videreudvikle aktiviteterne.

3. Fase: Identificer udfordringer ved nuværende kundeonboarding med henblik lave nødvendige forbedringer, der kan øge mer- og gensalg samt minimere flaskehalse og administrativ support.

- 3.1 Identificér hvilke informationer og aktiviteter der skal til for, at nye kunder hurtigt bliver trygge ved og selv kan benytte Sport Direct Aarhuss eksisterende salgskanaler.
- 3.2 Udvikle og test konkrete onboardingaktiviteter der skal kunne understøtte mer- og gensalg hos eksisterende kunder, uden support fra Sport Direct Aarhus, eksempelvis:
 - 3.2.1 Velkomstflow
 - 3.2.2 Guides
 - 3.2.3 FAQ
 - 3.2.4 Introduktion til salgskanaler
- 3.3 Mål løbende effekten af aktiviteterne på eksempelvis leadkvalitet, konvertering, salg, kundeadfærd og tid brugt på support.
- 3.4 Optimér aktiviteterne på baggrund af de faktiske resultater og feedback fra kunder og sælgere.

4. Fase: Udarbejd en handlingsplan og påbegynd implementering af ny salgsmodel.

- 4.1 Saml erfaringerne fra de gennemførte tests og fastlæg hvilke aktiviteter, flows og kanaler, der skaber størst effekt.
- 4.2 Fastlæg hvordan leadkvalificering, salgsfremmende aktiviteter og kundeonboarding skal spille sammen i den fremtidige salgsindsats.
- 4.3 Fastlæg hvilke kunder og leads der fremadrettet skal håndteres gennem personlig salgsindsats, og hvilke der i højere grad skal kunne benytte Sport Direct Aarhuss etablerede salgskanaler selv.
- 4.4 Klargør de testede materialer, flows og aktiviteter, så Sport Direct Aarhus kan arbejde videre med dem efter projektets afslutning.
- 4.5 Udarbejd en konkret handleplan for den videre salgsindsats med fokus på:
 - 4.5.1 Hvilke aktiviteter der skal gennemføres
 - 4.5.2 Hvilke kunder/leads de skal målrettes
 - 4.5.3 Hvilke salgskanaler der skal anvendes
 - 4.5.4 Hvornår aktiviteterne skal gennemføres
- 4.6 Fastlæg hvilke aktiviteter der skal fortsættes, optimeres, skaleres eller stoppes på baggrund af de opnåede resultater.

ØNSKET UDBYTTE FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med:

- ✓ Konkrete testede salgsfremmende aktiviteter, som virksomheden kan arbejde videre med.
- ✓ Et forbedret kundeonboarding-flow, der gør nye kunder mere selvkørende og øger anvendelsen af Sport Direct Aarhuss eksisterende salgskanaler.



- ✓ En prioriteret og testet handleplan for hvilke salgsaktiviteter Sport Direct Aarhus skal fortsætte, optimere og skalere.
- ✓ En mere skalerbar salgsindsats, hvor øget salg i højere grad kan skabes gennem strukturerede aktiviteter og salgskanaler frem for øget manuel salgsindsats.

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

- Salg og kommerciel forretningsforståelse
- Marketing og salgsfremmende aktiviteter
- Digital markedsføring, E-commerce og salgskanaler.
- Onboarding, kunderejse og UX.
- IT, systematisering, digitalisering og procesoptimering.
- Kommunikation, formidling, PR, strategisk markedsføring og SoMe.

TALENTPROFIL

Sport Direct søger et team med et kommercielt drive. Da virksomheden opererer i krydsfeltet mellem salg, logistik, forhandlerstyring og kundeservice, er det vigtigt, at talentet har forståelse for, hvordan interne processer påvirker både drift og vækst.

Du skal derfor kunne arbejde både analytisk og kreativt, men vigtigst af alt, skal du have lyst til at eksekvere og tage ansvar for fremdriften. Der søges profiler med forskellige kompetencer, du skal derfor ikke kunne identificere dig med alle nedenstående punkter, men nogle af dem:

- Er nysgerrige på kundedadfærd og købsmønstre.
- Kan identificere muligheder og omsætte dem til konkrete aktiviteter.
- Har lyst til at arbejde med marketing, kommunikation eller digitale salgskanaler.
- Kan arbejde datadrevet og bruge resultater til at træffe beslutninger.
- Har mod på at teste idéer frem for at vente på den perfekte løsning.

Teamet vil arbejde tæt sammen med virksomhedens ledelse og nøglepersoner og få direkte indsigt i de strategiske og operationelle udfordringer, der følger med en ambitiøs vækstrejse. Projektet giver mulighed for at skabe reel forretningsværdi.

Da virksomheden også er lokaliseret samme sted som deres salgsafdeling, kan der være meget støj. Kommende team vil derfor have en daglig gang på kontoret, men med indbygget hjemmearbejde, så der også er ro til fordybelse.

Hos Sport Direct bliver teamet en del af en stærk social kultur og et tæt sammenhold. Hverdagen er præget af høj energi, uformel omgangstone og et arbejdsmiljø, hvor man arbejder tæt sammen og hjælper hinanden på tværs af funktioner. Der lægges vægt på relationer, fællesskab og sociale aktiviteter.