

Case: Velfærdsteknologisk virksomhed styrker lanceringen af nyt produkt via målrettet markedsanalyse

Resume

Da corona-krisen ramte tilbage i marts 2020 oplevede Liftup en stor tilbagegang i salget af deres løftestol, da salg oftest er baseret på demonstration og fremvisning.

Liftup benyttede krisen til at se fremad og undersøge en række nye markeder med henblik på at lancere en ny løftestol til et nyt kundesegment.

Rådgivere tilknyttet genstartNU har gennem et forløb udarbejdet en markedsanalyse for Liftup, der prækvalificerer potentielle forhandlere i fem lande.

Liftup A/S

Fokus for forretningstilpasning

Salgskanaler, kunderelationer

Branche

Velfærdsteknologi

Antal ansatte

67

Geografisk placering

Støvring



Baggrund og motivation

Liftup er en produktions- og salgsvirksomhed inden for sundhedsteknologi. De primære produkter er løftestole og lifte. I 2019 kom ca. 80% af omsætningen fra eksport. Liftup eksporterer til 40 lande gennem ca. 100 forskellige distributører. Derudover har virksomheden et datterselskab i USA, Liftup Inc. Liftup sælger primært til industrialiserede lande med en form for lovgivning, der sikrer et godt arbejdsmiljø eller tilgængelighed for handicappede.

Liftup beskæftiger 67 medarbejdere på fabrikken i Støvring i Nordjylland.

Broget kundesegment

Liftups primære kunder for *løftestole* fordeler sig på fire segmenter: Plejehjem og hjemmeplejen, hospitaler, redningstjenester samt private.

Kundekredsen inden for *lifte* er et mere broget segment. Der sælges direkte til private, til private gennem kommunerne, til erhvervsvirksomheder og til offentlige aktører. Derudover er såkaldte influencers blåstempling, såsom arkitekter og interesseorganisationer, et vigtigt markedsføringsaktiv.

På de udenlandske markeder sælges primært til distributører. Distributører af *lifte* er typisk virksomheder, som opererer med elevatorer, lifte og andre handicapprodukter, mens distributører af *løftestolen* typisk er virksomheder, som tilbyder hjælperedskaber til de ovennævnte segmenter.

Corona-krisen ramte væksten

Da corona-krisen ramte i marts 2020, oplevede Liftup en stor tilbagegang i salget af deres løftestole på omkring 30-40%, da salget oftest er baseret på demonstration og fremvisning. Dertil blev de også ramt af, at deres udenlandske leverandører var hjemsendt med tilskud. Der var ingen aktivitet på markedet, og firmaet trådte mere eller mindre vande fra marts til april.

Med liftprodukterne var historien en anden. De er som regel en af de sidste leverancer i et byggeri, og alle igangværende byggerier, som Liftup skulle levere til, fortsatte som hidtil.

Vækst trods krise

Siden efteråret 2020 har Liftup oplevet en fremgang. Virksomheden tror også på begrænset vækst i 2021, som primært skal bæres af indtræden på det amerikanske marked samt et nyt produkt til det private marked. Fra 2022 er ambitionen stærk vækst.

Hjælp gennem genstartNU

Liftup har udviklet en ny løftestol, der er målrettet privatforbrugere. Produktet har været undervejs i tre år og er ved at være klar til lancering. Liftup havde i den forbindelse behov for hjælp til at få identificeret forhandlertyper, som kan markedsføre og sælge deres produkt på forskellige markeder, da det retter sig mod et nyt kundesegment.



Tilpasning af forretningsmodellen

Salgschefen blev i foråret 2020 opmærksom på genstartNU gennem et netværksmøde i kommunen – herunder at den såkaldte Hotline under programmet netop havde salg og produkter som et fokusområde. Salgschefen kontaktede Hotlinen sammen med en kontaktperson i det lokale erhvervsråd, og 14 dage efter var et samarbejde med Implement i gang. Forløbet strakte sig over ca. en måned og bestod af en række onlinemøder samt en præsentation af den endelige markedsanalyse.

Fra lanceringsplan til markedsafsøgning

På et første, indledende telefonmøde mellem to konsulenter fra Implement, Liftups salgschef og to kollegaer, fremlagde Liftup og tanker om lanceringen af det nye produkt og de udfordringer, der knyttede sig til at identificere leverandører og lancere produktet.

Konsulenterne vendte på næste møde tilbage med et oplæg til, hvordan en mulig lanceringsplan kunne se ud. De talte sig ind på en indsnævring af opgaven til at være en mere konkret markedsundersøgelse af fem udvalgte markeder – med henblik på at identificere nye, potentielle samarbejdspartnere i forbindelse med lanceringen af det nye produkt. Liftup havde et behov for, at lanceringen skulle gå hurtigt. Derfor ændrede opgaven karakter fra at være en bredere lanceringsplan til at være en fokuseret markedsundersøgelse.

Afdækning af nye markeder og samarbejdspartnere

Konsulenterne fra Implement screenede først markedet for virksomheder, der solgte en bestemt type produkter online. Implement vendte tilbage og oplyste, at de kunne nå at analysere fem lande, som Liftup derefter valgte.

I løbet af en måned udarbejdede konsulenterne en skrivebordsanalyse af de fem udvalgte markeder og mulige forhandlere. De lavede ligeledes en prækvalificering af forhandlerne, hvor det fremgik, hvor godt deres

produkt-fit var i forhold til Liftup. Konsulenterne præsenterede analysen for Liftup på et afsluttende møde i august 2020.

Implement viden om – og erfaring med – at lave systematiske markedsundersøgelser har givet stor værdi for Liftup. Konsulenternes veltillrettede proces har accelereret og effektiviseret et vigtigt forarbejde, som er afgørende for en succesfuld lancering af det nye produkt. Konsulenternes systematiske arbejde har resulteret i et meget konkret og professionelt output, som gør Liftup i stand til at entre nye markeder hurtigere og mere effektivt, end hvis analysearbejdet skulle være udført af virksomheden selv.

Om forløbet

Tilpasning af forretningsmodellen	Nye salgskanaler på fem markeder
Output	Markedsundersøgelse
Ressourcer	50 timers rådgivningsforløb
Bidrag fra virksomheden	Deltagelse i en række online møder over ca. en måned
Varighed	Ca. en måned

Resultater

Liftup har således brugt adgang til et professionelt konsulenthus som Implement til at få udarbejdet en målrettet markedsundersøgelse, som Liftup kan anvende direkte til at kontakte de mest relevante forhandlere i de fem lande. Liftup har oplevet en meget professionel analytisk tilgang, der har sparet ressourcer, og formentlig vil gøre det nemmere at komme ind på de fem markeder.

Liftup har efterfølgende benyttet Implement for egen regning til at lave den samme undersøgelse på fem yderligere markeder.

Efteråret er blevet brugt på at lave markedsføringsmateriale færdigt, så virksomheden er klar til at kontakte forhandlere på de identificerede markeder. Implementeringen er således i gang, og virksomheden forventer at lancere produktet i januar 2021.

Forventningen på den korte bane er en bred synliggørelse af produktet på de udvalgte markeder over for de screenede virksomheder. På den lange bane er forventningen et stabilt salg af produktet, og at den professionelle tilgang til markedsanalyse vil stimulere salget.

Forløbet har i høj grad motiveret Liftup til at gøre brug af privat rådgivning, som den opfølgende opgave til Implement også illustrerer.



”Forløbet har været super effektivt og produktivt, og outputtet har givet os en palette af muligheder. Vi bruger emnerne fra Implement’s undersøgelse til at forsøge at udbygge vore distributionsnet.”

- Salgschef Henrik Haugaard, Liftup

Læringspunkter

- Det kan være en stor opgave at lancere et nyt produkt, specielt hvis din ambition er at eksportere til mange lande. Det er vigtigt at blive skarp på at finde de rette forhandlertyper, og at sikre det rette match mellem dine produkter og forhandlernes profil og kunder.
- En systematisk markedsanalyse kan give fokus og hjælpe din virksomhed til at prioritere, hvilke markeder der har størst potentiale.
- En systematisk markedsafdækning kræver måske analytiske kompetencer, som din virksomhed ikke har in-house. Her kan en ekstern rådgiver med stor erfaring i markedsanalyse bidrage til, at I hurtigere og bedre kommer ind på nye markeder.

Erfaringsopsamlingen på genstartNU gennemføres i et samarbejde mellem IRIS Group, Syddansk Universitet, PHA Consult og AMind. Casen gennemgår et samarbejde mellem Liftup A/S og rådgivningsvirksomheden Implement.