

Case: Grøn energivirksomhed bygger partnerskaber for at bringe ny løsning succesfuldt på markedet

Resume

Floating Power Plant har udviklet en enhed, der kan levere grøn strøm baseret på en kombination af vind- og bølgeenergi. Teknologien kan blive et vigtigt bidrag til at sikre grøn omstilling og bæredygtig energiforsyning. Teknologien er i demonstrationsfasen og ved at være klar til at blive introduceret på markedet, men den kommende fase kræver, at der etableres nye partnerskaber med både investorer og offentlige beslutningstagere.

Et forløb med rådgivningsvirksomheden sikrer, at ressourcer til kommunikation og netværksopbygning bruges effektivt og gøder jorden for nye, vigtige partnerskaber med betydningsfulde stakeholders.

Floating Power Plant

Fokus for forretningstilpasning

Salg, kunderelationer og kommunikation

Branche

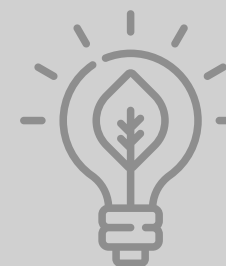
Grøn energiteknologi

Antal ansatte

15

Geografisk placering

Bandholm og
Vallensbæk



Baggrund og motivation

Floating Power Plant er en dansk virksomhed, som siden 2004 har arbejdet på at udvikle en ny og banebrydende løsning til produktion af grøn energi. Floating Power Plant er en flydende platform, som har en vindmølle monteret til at udnytte vindressourcen og samtidig benytter moderne bølge-teknologi til at høste energi fra havets bølger. FPP-plattformen er bl.a. velegnet som energiforsyning til lokaliteter, der ikke er forbundet til det etablerede energinet. Vigtige anvendelsesområder på kort sigt er fx olieborne platforme og afsidesliggende øer, som ønsker at være selvforsynende med grøn energi. På længere sigt er målet, at teknologien optimeres, så FPP-plattformen kan indgå i vind- og bølgefarme og blive en integreret del af energiforsyningsystemet i de dele af verden, hvor der er gunstige forudsætninger for både at høste vind- og bølgeenergi.

Den teknologiske løsning er i den afsluttende test- og demonstrationsfase. Der er gennemført storskalatest, som dokumenterer, at FPP-plattformen kan levere vind- og bølgeenergi i de forventede mængder, og at det er muligt at levere strøm direkte til eksisterende energinet.

Fokus på grøn omstilling åbner nye muligheder for Floating Power Plant

Floating Power Plant vurderer, at der er meget gunstige muligheder for at bringe FPP-plattformen hurtigt og succesfuldt på markedet. Nye bæredygtige energikilder står højt på ønskelisten for regeringer og virksomheder i mange lande, som har opstillet ambitiøse klimamålsætninger for de kommende årtier.

Floating Power Plant har indledt en transformation fra at være en udviklingsvirksomhed mod at blive en kundeorienteret virksomhed, der skal bringe produkter på markedet. Som led i denne transformation har Floating Power Plant som noget nyt ansat en dedikeret kommunikationsansvarlig, hvis første opgave bestod i at udvikle en effektiv strategi for

virksomhedens kommunikation og markedsføring målrettet potentielle kunder og centrale stakeholders.

Målet for den fokuserede kommunikationsindsats var at styrke interessen for Floating Power Plant fra potentielle investorer og fremtidige kunder. Det er kapitalkrævende at bringe en ny banebrydende teknologi på markedet, og der er behov for at indgå nye partnerskaber med kapitalstærke investorer. Samtidig blev det besluttet også at styrke kommunikationsindsatsen rettet mod centrale politikere og andre beslutningstagere, som har væsentlig indflydelse på de kommende års investeringer i grønne energisystemer. Målet er at udbrede kendskabet til Floating Power Plant og synliggøre potentialet, som den teknologiske løsning rummer, herunder de styrker, løsningen har i forhold til andre typer af grønne løsninger.

Den nyligt ansatte leder af kommunikationsindsatsen var allerede godt i gang med at kortlægge centrale målgrupper for kommunikationsindsatsen og udvikle en samlet strategi for Floating Power Plants eksterne kommunikation, da rådgivningsvirksomheden Operate tog kontakt med et tilbud. Det gratis sparrings- og rådgivningsforløb, de tilbød, var en oplagt mulighed for at tilknytte en erfaren sparringspartner, som har stor erfaring med at udvikle kommunikationsstrategier for andre lignende virksomheder.

Tilpasning af forretningsmodellen

Forløbet blev indledt med et halvdagsmøde, hvor man gennemgik virksomhedens produkt og dets særlige styrker i forhold til konkurrerende teknologier. Efterfølgende var der en indgående drøftelse af, hvad der skal til for at bringe teknologien succesfuldt på markedet.

En udfordring handler om at synliggøre Floating Power Plant over for potentielle investorer. Virksomheden ønsker at indgå partnerskab med en hovedinvestor, der har de økonomiske muskler, netværk mv., som kræves for at bringe produktet succesfuldt på markedet.

En anden vigtig udfordring handler om at gøre relevante politikere og embedsmænd bevidste om, at der findes danskudviklede løsninger, som rummer stort potentiale og kan bidrage til løsning af klimaudfordringerne. Det kan både have betydning for, hvordan udbud af fx innovationsprogrammer og demonstrationsprojekter designes, og for de langsigtede investeringer omkring fremtidige energisystemer mv.

Udvikling af målrettet kommunikationsstrategi

Operate fik bl.a. adgang til data fra Floating Power Plants sociale medier (LinkedIn) og kommunikationsmateriale i form af tidligere pressemeddelelser, artikler, opslag, mv.

Operate analyserede både graden af kontakt til relevante målgrupper via sociale medier, og hvilke typer af indhold de forskellige dele af målgruppen især responderede på.

Analysen afdækkede bl.a., at nogle segmenter havde stor interesse i dybdegående faglige indsigter omkring teknologien, mens andre segmenter især var optaget af at få viden om de økonomiske aspekter af den teknologiske løsning.

Operate sammenfattede indsigter fra det første møde og deres dataanalyse i en ministrategi på 15-20 sider, der blandt andet beskrev:

- Forslag til målgrupper for kommunikationsindsatsen, herunder særlige karakteristika ved centrale delsegmenter.
- Relevante kommunikationskanaler, herunder forslag til prioritering af indsatsen på forskellige sociale medieplatforme mv.
- Anvisninger til, hvordan kommunikationsindsatsen kan styrkes, herunder anvisninger i brug af videoopslag på sociale medier mv.

Operate anbefalede også at række direkte ud til relevante politikere for at skabe interesse og forståelse for virksomhedens teknologi. Det kunne fx ske ved at invitere til virksomhedsbesøg, deltagelse på konferencer mv.

Oplægget til ministrategi blev drøftet indgående på et afsluttende møde. Siden har Floating Power Plant integreret relevante anbefalinger i virksomhedens kommunikationsstrategi.

Om forløbet

Tilpasning af forretningsmodellen	Målrettet kommunikation til udvalgte nøglesegmenter
Output	Strategi og anbefalinger til målrettet kommunikationsindsats
Ressourcer	Ca. 60 timers rådgivning samt egenfinansiering i form af ca. 60 timer
Bidrag fra virksomheden	Adgang til data, deltagelse i møder, indarbejdelse af nye indsigter i kommunikationsstrategi
Varighed	Ca. 1,5 måneder

Resultater

Forløbet har været værdiskabende på flere måder. Virksomhedens kommunikationsansvarlige fik god faglig sparring på sit arbejde. Det gav vished for, at virksomhedens kommunikationsstrategi havde det rette fokus.

Et vigtigt resultat er, at man i dag bedre kan prioritere ressourcerne i kommunikationsindsatsen mod målgrupper og aktiviteter, som har stor effekt.

Forløbet bidrog derudover med dybere indsigt i, hvilke særlige prioriteter vigtige målgrupper har, foruden introduktion til en række nyttige værktøjer, som har løftet kommunikationsarbejdet. Bl.a. har virksomheden fået tilført nye kompetencer i brugen af videooplæg og er blevet mere bevidst om fx at benytte en forsker eller potentiel kunde til at fortælle engageret om teknologiens styrker og potentialer.

Floating Power Plant har også generelt fået større fokus på at udbrede kendskabet til deres teknologi blandt politikere og embedsmænd.

Som eksempel kan det nævnes, at en større delegation af energipolitisk interesserede politikere fra Venstre efterfølgende er inviteret indenfor på virksomhedsbesøg for at få større indsigt i teknologien og de potentialer, som Floating Power Plants løsning rummer. Besøget er indirekte afledt af den strategiske kommunikationsindsats.



"Vi er blevet skarpere på, hvordan vi prioriterer vores kommunikationsindsats. Forløbet har både givet indsigt i, hvad vigtige målgrupper har interesse for, og hvilke kommunikationsværktøjer der er effektive i forhold til at nå forskellige målgrupper."

- Morten Egedal, kommunikationschef, Floating Power Plant

Læringspunkter

- Typisk er der brug for at etablere nye typer af partnerskaber, hvis en virksomhed skal bringe nye teknologier på markedet og trænge ind på nye forretningsområder. En målrettet kommunikationsstrategi kan være et vigtigt element i at gøde jorden for de rette partnerskaber.
- Det er vigtigt, at virksomheden bliver skarp på at afgrænse de centrale målgrupper og relevante virkemidler, så ressourcerne til kommunikation og markedsføring udnyttes effektivt.
- Systematisk analyse af data fra virksomhedens kommunikation på sociale medier (fx LinkedIn) kan give værdifuld indsigt i målgruppen, bl.a. om hvilke typer af indsigt forskellige typer af samarbejdspartnere viser særlig interesse for.
- Ofte kan enkle greb som fx videoindslag, hvor forskere eller pilotkunder udtaler sig om styrkerne ved en ny teknologisk løsning, være et effektivt middel til både at fange potentielle kunder og vigtige investorers interesse for en ny forretningsidé.
- Der er mange forskellige værktøjer til rådighed, som kan hjælpe til at få potentielle kunder og samarbejdspartneres opmærksomhed. Ofte kan private rådgivere hjælpe med at indkredse de værktøjer, der er mest effektive i forhold til forskellige typer af målgrupper.

Erfaringsopsamlingen på genstartNU gennemføres i et samarbejde mellem IRIS Group, Syddansk Universitet, PHA Consult og AMind. Casen gennemgår et samarbejde mellem Floating Power Plant og rådgivningsvirksomheden Operate.