

Case: Producent af kulsyrepatroner udvikler skalerbar webshopløsning og løser logistikudfordringer

Resume

Nordic Soda er en ung iværksættervirksomhed med stærke vækstambitioner. Ambitionen er, at en stor del af væksten skal komme fra salg fra en skalerbar webshop, der indtil i dag har udgjort en lille del af salget.

Gennem et kort og intensivt rådgivningsforløb har Nordic Soda fået styr på en række fundamentale elementer i opbygningen af en webshop. Samtidig har Nordic Soda fået professionel rådgivning om digitale brugeroplevelser (UX), der har gjort, at virksomheden kan opbygge en webshop, der er mere intuitiv og brugervenlig.

Nordic Soda

Fokus for forretningstilpasning

Udvikling af webshopløsning

Branche

Nydelsesmidler

Antal ansatte

5

Geografisk placering

Skovlunde



Baggrund og motivation

Nordic Soda fremstiller og sælger kulsyrepatroner til dansk vandmaskiner til hjemmebrug. Virksomheden blev stiftet i 2016 og færdiggjorde i 2019 et nyt produktionssetup i Skovlunde.

På kort tid har Nordic Soda opbygget et stort forhandlernetværk. Kulsyrepatronerne sælges fra 200-300 købmænd, tankstationer mv. over hele Danmark. Virksomheden beskæftiger i dag fem mand inden for produktion, salg og markedsføring.

Nordic Sodas værditilbud til kunderne består primært i, at det skal være nemt at købe patronerne og skifte dem ud. Forbrugerne slipper for at skulle i specialbutikker, og de brugte patroner sendes retur via forhandlerne, når nye købes.

Ambition om øget websalg støder på udfordringer

Nordic Soda sælger også via en webshop, der i 2020 stod for en meget lille andel af salget. Vælges webshop-løsningen, distribueres produkterne til kunderne via pakkeshops.

Virksomheden har imidlertid store vækstambitioner i både Danmark og udlandet, og tanken er, at der skal bygges en skalerbar webshopløsning med et attraktivt tilbud til kunderne, således at forretningsmodellen også kan anvendes til eksport. Der er dog flere udfordringer, der skal løses, hvis salget via webshoppen skal boome:

- Webshoppen skal gøres mere intuitiv og nem at anvende for forbrugerne.
- Nordic Soda skal have udviklet en bedre logistikløsning i forhold til at få tomme flasker retur via pakkeshops.
- Kunderne skal "oplæres" i at huske at genbestille nye flasker, før de eksisterende løber tør for kulsyre.

Nordic Soda kommer i kontakt med digitalt konsulenthus

Ledelsen i Nordic Soda havde i et stykke tid overvejet, hvordan de skulle komme videre med webshoppen, da de blev kontaktet af en strategisk rådgiver i det digitale konsulenthus Charlie Tango, som ledelsen kendte i forvejen.

Charlie Tango havde modtaget en bevilling fra Industriens Fond til et genstartNU-projekt, der havde til formål at hjælpe mindre virksomheder med digital transformation. Efter en kort snak om Nordic Sodas udfordringer og ambitioner med webshoppen, besluttede ledelsen at sige ja til at deltage i forløbet.

Samarbejdet med Charlie Tango betød, at Nordic Soda blev en del af et forløb med 19 andre virksomheder, der omfattede:

- Fem webinarer med inspirationsoplæg om digitale teknologier og værktøjer.
- Et spor med 1-1 sparring og rådgivning af hver virksomhed. Analyse af hver af de 20 virksomheders digitale tilstedeværelse.



Tilpasning af forretningsmodellen

Nordic Soda deltog i alle webinarer, som de generelt oplevede som relevante og inspirerende. Virksomhedens ledelse havde specielt glæde af oplæg fra eksperter om søgemaskineoptimering (SEO) og digitale brugeroplevelser (UX). Webinarerne var også godt tilrettelagte på den måde, at de gav input til, hvordan man kan komme i gang med digitale værktøjer på forskellige niveauer – og med forskellige budgetter og forudsætninger.

Det var dog især i den individuelle del, der gjorde, at Nordic Soda fik nyttige input til at løse deres udfordringer med webshoppen.

Der blev i alt afholdt tre workshops med Nordic Sodas ledelse, der havde til formål at give inspiration og udvikle en handleplan for udvikling af webshoppen.

På den første workshop fik Nordic Soda en introduktion til gængse ting, der skal være styr på i en webshop. Det gælder fx søgemaskineoptimering og opbygning af et troværdigt brand (bl.a. gennem anmeldelser). Samtidig forsøgte parterne på workshoppen sammen at identificere de vigtigste udfordringer i udviklingen af webshoppen og prioritere fokus i forløbet.

Brugerrejsen på webshoppen kortlægges sammen med UX-eksperter

På workshop 2 gennemgik UX-eksperter fra Charlie Tango brugerrejsen for brugere af Nordic Sodas eksisterende webshop. På workshoppen blev det klarlagt, hvor der opstår udfordringer i brugen af webshoppen – og forskellige løsningsmodeller til at gøre processen nemmere for kunderne blev udviklet, beskrevet på post-it og diskuteret. Herudover blev drøftet udfordringer knyttet til betalingssystemet og mulige abonnementsløsninger.

Efter workshoppen arbejdede Nordic Soda videre med at undersøge muligheder i forskellige betalingsløsninger. Herudover udviklede ledelsen en mockup i form af en powerpoint, der illustrerede et bud på opbygningen af den nye webshop med afsæt i input fra workshop 2.

Om UX (digitale brugeroplevelser)

Et væsentligt element i forløbet var at trække på UX-eksperter i analysen af webshoppen. UX står for User Experience og handler basalt set om alt det, brugerne oplever ved at anvende et website eller en webshop, herunder funktionalitet, interaktion og brugervenlighed.

På den sidste workshop præsenterede Nordic Soda mockuppen og fik feedback fra Charlie Tangos rådgivere. Herudover hjalp Charlie Tango med forslag til leverandører, der er vant til at arbejde med mindre virksomheder i forhold til video, billeder og tekst til webshops.

Om forløbet

Tilpasning af forretningsmodellen	Udvikling af webshopløsning, der kan booste virksomhedens salg.
Output	Udvikling af mockup for webshop og handleplan for test og implementering.
Ressourcer	50 timers rådgivning.
Bidrag fra virksomheden	Ca. 100 timer fra tomandsledelse, herunder ressourcer til udvikling af mockup.
Varighed	2-3 måneder.

Resultater

Efter forløbet stod Nordic Soda med en gennemarbejdet mockup og en konkret plan for at udvikle webshopløsningen.

Samtidig betød forløbet, at Nordic Soda har fået langt større indsigt i, hvad der er en logisk opbygning af en webshop, og hvordan virksomheden kan tackle de konkrete udfordringer knyttet til deres forretningsmodel. Det gælder fx logistikløsningen, og hvordan Nordic Soda skal styrke kommunikationen vedrørende genbestilling af flasker.

Virksomheden er nu i fuld gang med at omsætte de gode input til handling. Et andet resultat af forløbet er, at Nordic Soda er blevet introduceret til, hvordan man i praksis – via en særlig testside – kan teste brugernes adfærd og få feedback på en prototype online, før en webshopløsning færdiggøres.

Forventningen er, at Nordic Soda snart står med en langt mere intuitiv og brugervenlig webshop, der vil understøtte forretningsmodellen, skabe større kundeloyalitet og mere salg.

Nordic Soda har også brugt forløbet til i bestillingssystemet at sikre, at de får relevante data fra kunderne i forhold til, hvilken type af sodavandsmaskine og køleskab de har. Det gør, at Nordic Sodas produkter kan tilpasses de enkelte kunder bedre.

Mål om at mangedoble salget på webshoppen

Ambitionen er på kort sigt, at salget via webshoppen skal udgøre en substantiel del af forretningen. Og hvis skaleringen af webshopløsningen bliver en succes i Danmark, og logistikken kommer til at fungere, så er ambitionen også at udvikle en template til eksport.

Læringspunkter

- Det er komplekst at udvikle en webshopløsning med tilhørende logistik og betalingsløsninger. Et godt skridt på vejen kan være at inddrage rådgivere, der kan hjælpe med at få styr på de grundlæggende elementer samt at gøre løsningen intuitiv og brugervenlig.
- Det er vigtigt at tænke i hele brugerrejsen, når I udvikler digitale salgskanaler og tilhørende processer. Tænk også i, hvordan de digitale løsninger kan bidrage til at opnå bedre forståelse af jeres kunders behov.
- Der findes gode værktøjer, der kan hjælpe til at gøre jeres webshopløsning brugervenlig.



”Det var et meget positivt forløb. Vi var i dag ikke kommet særligt langt, hvis vi ikke havde samarbejdet med Charlie Tango. Det var vigtigt med en rådgiver, der kunne skubbe på og facilitere processen. Samtidig var Charlie Tango meget stærke på digital kommunikation og brugerforståelse.”

- Adm. direktør, Anders Pagh Bertelsen, Nordic Soda

Erfaringsopsamlingen på genstartNU gennemføres i et samarbejde mellem IRIS Group, Syddansk Universitet, PHA Consult og AMind. Casen gennemgår et samarbejde mellem Nordic Soda og rådgivningsvirksomheden Charlie Tango.