

Case: Fintech-virksomheder skærper value proposition for at skille sig ud i konkurrencepræget marked

Resume

Som andre fintech-startups har Shopbox stærke vækstambitioner. Målet er mere end en fordobling af omsætningen i 2021. Samtidig har Shopbox et mål om at etablere forretningspartnerskaber med nordiske banker.

Det kræver en skarp value proposition og en klar kommunikation, så kunder og samarbejdspartnere hurtigt kan sætte sig ind i fordelene ved Shopbox' teknologi.

Under genstartNU fik Shopbox hjælp fra et digitalt bureau. Det har betydet klarere kommunikation på digitale platforme og et skarpt præsentationsmateriale til potentielle partnere og investorer.

Shopbox

Fokus for forretningstilpasning

Værditilbud og forretningskoncepter

Branche

It/Fintech

Antal ansatte

25

Geografisk placering

København



Baggrund og motivation

Shopbox er en ung softwarevirksomhed, der har udviklet en alt-i-én digital løsning til mindre butikker, restauranter, caféer, fysioterapeuter, frisører, mv. Shopbox-appen er en cloud-baseret løsning, der binder alle betalings-systemer (kontanter, kort, online-betaling), prissætning, webshop, økonomisystem, lagerstyring, lønsystem og online-booking sammen.

Shopbox-appen sælges på abonnementsbasis sammen med et digitalt kassesystem, der omfatter en betalingsterminal, en bonprinter og en særlig digital kasseskuffe.

Værdien for kunderne består i, at salgsprocessen både digitaliseres og forenkles. Samtidig gør Shopbox det nemmere at skabe overblik over økonomien. Appen indeholder en funktion, der giver mulighed for at tilgå data om salg, lagersituation og økonomi i realtid via et dashboard.

Shopbox har kunder i Danmark, Norge og Sverige og beskæftiger ca. 25 mand, heraf et udviklingsteam 10 personer beliggende i Cairo.

Behov for at skille sig ud i et konkurrencepræget fintech-marked

Shopbox har en meget ambitiøs vækststrategi. Trods corona-krisen, der formentlig har afholdt en del mindre butikker fra at investere i nye løsninger, er omsætningen fordoblet på 10 måneder i 2020. Forventningen er yderligere vækst på 100-200 pct. i 2021.

For at realisere vækstambitionerne er der mange elementer af forretningsmodellen, der skal arbejdes med i Shopbox. Der er bl.a. behov for at styrke salgsprocessen, for at arbejde med brugeroplevelsen og for at gøre bedre brug af de data, Shopbox opsamler om brugen af appen.

Da det digitale rådgivningsbureau Charlie Tango henvendte sig med tilbud om gratis rådgivning, var spørgsmålet derfor ikke, om Shopbox skulle takke ja. Det var mere, hvilken problemstilling Shopbox skulle fokusere på inden for de i alt 50 timer, der blev stillet til rådighed under genstartNU.

Shopbox valgte i dialog med Charlie Tango at fokusere på virksomhedens value proposition og kommunikation. Med en ambition om kraftig vækst i Norden er det vigtigt for Shopbox at skille sig ud og klart kommunikere værdien af virksomhedens løsning til kunderne. Det gælder også i forhold til bankerne, som er vigtige forretningspartnere for Shopbox i forhold til at udbrede teknologien. Der er en stor underskov af fintech-startups i Norden – og konkurrencen er hård.

Fælles forløb for 20 virksomheder med digitaliseringsbehov

Samarbejdet med Charlie Tango betød, at Shopbox blev en del af et samlet forløb med 19 andre virksomheder. Charlie Tango havde således udviklet et program til 20 virksomheder, der omfattede:

- Fem webinarer med inspirationsoplæg om digitale teknologier og værktøjer (marketing automation, digital design, søgemaskineoptimering (SEO), brugeroplevelser (UX) og digital branding).
- Et spor med 1-1 sparring og rådgivning af hver virksomhed.
- Analyse af hver af de 20 virksomheders digitale tilstedeværelse.



Tilpasning af forretningsmodellen

Den individuelle del af forløbet blev aftalt med Charlie Tangos projektleder på et opstartsmøde, hvor rådgiver og virksomhed sammen gennemgik Shopbox' mål og udfordringer.

Næste skridt var en workshop efter en drejebog udviklet af Charlie Tango. Workshoppen havde – ud over Charlie Tangos projektleder – deltagelse af tre personer fra Shopbox' ledelse samt en design director og en digital rådgiver fra Charlie Tango.

Workshoppens formål var at formulere en kort og klar value proposition samt bud på, hvordan den kan omsættes i klare budskaber på forskellige online kanaler og i præsentationer. Rådgiverne havde forberedt sig grundigt og stillede indledningsvist en række spørgsmål til Shopbox' strategi, "raison d'être", kernekunder og vigtigste segmenter. Dernæst blev der gennem brainstorming og prioritering af forslag arbejdet med en konkret formulering af virksomhedens value proposition.

Shopbox går i tænkeboks

Det var et vigtigt element i forløbet, at Shopbox selv skulle arbejde videre med den inspiration, de fik fra samarbejdet med Charlie Tango. Derfor blev der afholdt en intern workshop, hvor ledelsen arbejdede med konkrete



"Det var meget værdifuldt at få professionelle og fagligt kompetente rådgivere ind, der kunne bidrage med et eksternt perspektiv, facilitere processen og udfordre os på vores kommunikation."

- CEO Andreas Iversen, Shopbox

formuleringer til de digitale platforme og med at udvikle præsentationsmateriale målrettet både samarbejdspartnere og investorer.

Efterfølgende blev afholdt en online workshop, hvor Shopbox fik feedback fra Charlie Tango på tekstudkast og præsentationsmateriale.

God inspiration fra webinarer

Som fintech-virksomhed er Shopbox en digitalt avanceret virksomhed. Alligevel peger Shopbox' CEO på, at det kollektive spor med webinarer om digitale temaer gav god inspiration. Formatet, hvor en række virksomheder sammen blev opdateret på centrale elementer i digital forretningsføring fra eksperter, fungerede godt.

Det vidner også om, at mindre virksomheder kan have god nytte af inspirationswebinarer om digital udvikling – også selv om virksomhederne kommer fra forskellige brancher og forretningsområder.

Om forløbet

Tilpasning af forretningsmodellen	Skarpere value proposition.
Output	Revideret value proposition og handleplan for indarbejdelse på kommunikationsplatforme.
Ressourcer	50 timers rådgivning samt 75-100 timers engagement fra Shopbox' ledelse.
Bidrag fra virksomheden	Deltagelse i workshops, møder med rådgivningsvirksomhed og tilpasning af præsentationsmateriale.
Varighed	Tre måneder.

Resultater

Efter forløbet stod Shopbox med en kort og skarp value proposition og en handleplan for, hvordan budskaber og kommunikation på forskellige platforme kan gøres skarpere. Selv om forløbet kun lige er afsluttet, har Shopbox allerede anvendt de gode input på flere fronter:

- Præsentationen af Shopbox' koncept er blevet styrket på alle online kanaler.
- Shopbox har udviklet et nyt præsentationsmateriale til potentielle samarbejdspartnere, herunder mulige salgspartnere i Sverige og Norge.
- Der er udviklet et præsentationsmateriale til potentielle investorer, der kan bidrage til at finansiere Shopbox' vækst.

Herudover deltog Shopbox i efteråret 2020 i en konkurrence udbudt af Mastercard. Konkurrencen havde til formål at identificere innovative fintech-startups i Norden, der kan medvirke til at udvikle nye produkter sammen med nordiske banker. Shopbox vandt konkurrencen i Danmark og har efterfølgende brugt de gode input fra forløbet med Charlie Tango til at præsentere sig for banker, der har udvist interesse for samarbejde.

Analyseværktøj på vej til fysiske butikker?

Shopbox har i samarbejde med Mastercard, Amazon og CBS udviklet en idé til intelligent opsamling og brug af data i fysiske butikker. Løsningen skal bl.a. kunne indsamle data og opstille realtids-indikatorer for fysiske butikker på nøgleområder som 1) trafik forbi butikken, 2) hvor mange kunder der går ind i butikken og 3) antal gennemførte transaktioner. Løsningen skal også gøre det muligt at følge udviklingen over tid, sammenligne sig med andre i branchen, etc. På den måde er det ambitionen at opstille de samme typer af "analytics", som det kendes fra analyser af brugernes adfærd på nettet og på webshops.

Læringspunkter

- En skarp value proposition er vigtig for dit salg. Ikke mindst hvis du leder en vækstvirksomhed, der sigter efter nye markeder og kundesegmenter.
- Overvej, om og hvordan din digitale tilstedeværelse kan styrkes. Et første skridt kan være at tilmelde dig nogle af de gratis webinarer om digitalisering, der udbydes af bl.a. erhvervshuse og brancheorganisationer.
- En ekstern rådgiver kan måske – og med en relativt beskedne timeindsats – hjælpe jer til en skarpere strategi, value proposition, kundesegmentering og kommunikation.



"Vi forventer, at forløbet vil få stor betydning for vores vækst. Det bidrager til, at Shopbox kan skille sig klarere ud og positionere sig bedre over for kunder, samarbejdspartnere og investorer."

- CEO ANDREAS IVERSEN, SHOPBOX

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