

Bilag 1

Potentielt marked

Hvis man ser på samfundsudviklingen, kan man finde flere og flere digitale online værktøjer. Disse bruges både i forhold projektstyring, kundedatabaser m.m., f.eks. Basecamp.

At strategiværktøjer bliver naturlige at arbejde med på computeren, ligger helt i forlængelse af denne udvikling med nye arbejdsmetoder og former. De virksomheder, som har brugt playscapes fysiske strategiværktøj, har alle meldt tilbage, at der er rigtigt gode perspektiver i det digitale værktøj.

Strategiværktøjet kan anvendes på forskellig måde af forskellige virksomheder. For eksempel kan undervisnings institutioner anvende det til planlægning af nye kurser og pensum og studerende kan benytte det til brainstorming omkring afhandlinger og hovedopgaver.

Forskellige virksomhedstyper kan anvende værktøjet på forskellige måder, og vi mener derfor at alle virksomheder kan have glæde af produktet. Imidlertid er videns og service virksomheder traditionelt lettere omstillelige i forhold til anvendelse af ny teknologi. Vi mener også at kunderne skal have en vis størrelse for at opnå størst mulig værdi af produktet.

Koncerner, som Grundfos, Danfoss, Vestas o.lign. kan vælge at udvikle deres eksisterende værktøjer til en digital version eller at købe indholdet, Strategiværktøjet viaArt, og forme det til koncernens eget behov og kultur, customised.

Vi har i vores markedsmodeller koncentreret os om det danske marked, men mener, at der er et stort potentiale for produktet internationalt. Vores strategi vil i første omgang være de nære markeder, som de nordiske, og derefter EU og USA.

Vi mener derfor, at det primære marked er videns og service virksomheder med mere end 100 ansatte. De sekundære markeder er hhv. teknologi virksomheder med 50-100 ansatte, og andre virksomheder med mere end 100 ansatte.

Ifølge Danmarks statistik¹ giver det følgende potentielle virksomheder:

	100+ ansatte	50 – 99 ansatte
Information og kommunikation	154	163
Vidensservice	180	214
Total:	334	377

¹ Danmarks Statistik: www.statistikbanken.dk; ERH19: Arbejdssteder opgjort på DB07 efter område, branche og størrelse (Hele landet, 2008)

	100+ ansatte	50 – 99 ansatte
Industri	679	796
Energiforsyning	28	19
Undervisning	411	1226
Andre serviceydelser mv.	51	91
Total:	1169	2132

Dette betyder, at der pr. 2008 var 334 virksomheder i den primære målgruppe, og 1.546 i den sekundære gruppe. Vi forudsætter at antallet af virksomheder af denne størrelse er tilnærmet uændret.

Målet er at på sigt få 20 % af primærgruppen, og 5 % af sekundærgruppen som kunder. I tillæg mener vi det burde være muligt at få til salg med 1 % af tertiærgruppen.

Dette giver en potentielt kundegrundlag som følger:

Primærgruppe:	67
Sekundærgruppe	58
Tertiærgruppe	21
Total:	146

Ser vi på kundeudviklingen, regner vi med et frafald pr. år, som vil gøre det nødvendigt med en kontinuerlig salgsindsats for at få nye kunder til:

		2012	2013	2014
Nye kunder:				
Primærgruppe:		25	40	20
Brugere:	10	250	400	200
Sekundærgruppe:		10	50	20
Brugere:	5	50	250	100
Tertiærgruppe:		0	12	15
Brugere:	3	0	36	45
Frafald:				
Primærgruppe:		0	6	12
Brugere:	10	0	60	120
Sekundærgruppe:		0	4	18
Brugere:	5	0	20	90
Tertiærgruppe:		0	0	6
Brugere:	3	0	0	18
Totalt:				
Primærgruppe:		25	59	67
Brugere:	10	250	590	670
Sekundærgruppe:		10	56	58
Brugere:	5	50	280	290
Tertiærgruppe:		0	12	21
Brugere:	3	0	36	63
Total:				
Kunder:		35	127	146
Licenser:		300	906	1.023

Marketing & salgsplan

Et værktøj af denne type skal sælges gennem netværk og viral markedsføring. Værdien af programmet er svær at formidle gennem traditionel markedsføring, da produktet til trods for at være enkelt at anvende, kan benyttes på mange måder, af mange niveauer i virksomheden. Der findes, som nævnt tidligere, heller ikke andre lignende produkter dette kan sammenlignes og dermed læne sin markedsføring op ad.

Vi mener at det som udgangspunkt vil kræve to personer fuld tid i en måned at opbygge salgsmaterialet i form af præsentationer, foldere, hjemmeside og blogs. Det forudsættes at Playscapes eksisterende webside anvendes til formålet.

Derudover vil der være behov for en person på deltid til at sørge for salg. Personen skal arbejde tæt sammen med udviklingsteamet og ledelsen i Playscapes.

Værktøjet er tænkt solgt som årlige drifts licenser til det antal medarbejdere som skal anvende det. Dermed kan virksomhederne op- eller nedskalere efter behov. Licenserne skal være flydende, dvs. at de

skal kunne anvendes af forskellige personer, og ikke være knyttet til en bestemt maskine eller person. Den eneste begrænsning er antallet af samtidige brugere i en virksomhed.

Startpakken indeholder konsulentbesøg med undervisning i brug af værktøjet.

Med et maksimalt kundepotentiale på godt 1000 licenser, fordelt på ca. 150 virksomheder, ser vi for os følgende pris model:

Pris for startpakke (en pr. 15 licenser): DKK 34.149,- pr. år

Pris for en licens (en pr. bruger): DKK 8.589,- pr. år

Prisen på licenserne falder, jo flere en virksomhed køber.

Produktet har som nævnt, ingen umiddelbare konkurrenter indenfor samme kategori. I dag anvendes i stor grad Microsoft Powerpoint til at præsentere idéer, samt diverse brainstorming værktøjer, enten manuelle (storyboard og tavle) eller elektroniske (Mind Manager o.l.).

Den direkte konkurrent til værktøjet, vil være andre virksomhedsudviklende produkter, så som leder kurser, team building events, strategisk coaching eller virksomheds konsulenter. Vi mener derfor at markedsføringen bør lægge sig op ad disse i form af direkte telefonisk henvendelse, traditionelle breve med materiale, samt demonstrationer on-site. På sigt kan annoncering i professionelle tidsskrifter (Børsen o.l.) komme på tale.

Prisen på sådanne værktøjer, f.eks. Vision Pool eller Lego Serious Play, ligger på kr. 10.- 13.000 pr. kursist og 43.000 for special designede kurser for virksomheder.

Driftsomkostninger

Et online strategiværktøj til virksomheder kræver et godt og solidt støtteapparat, både på det tekniske og det strategiske område. Som first-line support kræves en teknisk person fuld tid, som kan hjælpe med enkle problemer, så som adgang, glemt kodeord, samt de enklere funktioner i programmet. I tillæg skal personen sørge for at logge alle alvorlige tekniske problemer, og melde tilbage hvornår fejlen bliver rettet. Teknikeren skal også viderestille spørgsmål omkring mulige anvendelsesmuligheder til den strategiske support.

Den strategiske support skal bestå af en person der kan vejlede kunderne i anvendelse af værktøjet – alternative anvendelsesmetoder; andre måder at udføre opgaver på osv. Denne person skal også logge ønsker om ny funktionalitet til værktøjet, som så skal fungere som input til udviklings teamet.

Udviklingsomkostninger

For den første version af værktøjet, ser budgettet således ud:

Efter det første år, vil der kræves stadige udvikling for at værktøjet kan holdes aktuelt. Både fordi Playscapes kan have nye ideer til funktionalitet, og fordi kunderne kan have kommet med henvendelser og ønsker om ny eller ændret funktionalitet.

Vi mener derfor at videreudvikling vil kræve mindst 1 software og 1 produktudvikler, samt i snit en fuldtidsressource fra Playscapes.

Budget

Samlet giver dette følgende udgifter:

1. år:

Udviklings omkostninger:		
Playscapes:	748.800	
Alexandra instituttet:	750.000	
Salg & marketing:	200.000	
Total:	1.698.800	

Efterfølgende år:

Support omkostninger		
Antal teknikere:	1	fuld tid
Antal værktøj support:	1	fuld tid
Support omkostninger pr. år:	2.220.000	
Årlig udviklingsomkostninger:		
Antal udviklere:	2	fuld tid
Antal Playscapes:	1	fuld tid
Ny udvikling pr. år:	3.885.000	
Årlig salg & marketing:		
Antal sælgere:	0,25	fuld tid
Marketing materiale:	100.000	
Rejse, ++:	80.000	
Salg & marketing pr. år:	735.000	
Årlig omkostning:	6.840.000	

Indtægterne vil udvikle sig over tid, idet indtægterne ikke vil komme før i løbet af 2012. Indtægterne fra første år er også sat til 25% af en årlig licens.

		2012	2013	2014
Indtægt:				
Startpakke:		298.804	4.336.923	4.985.754
Licenser:		644.175	7.781.634	8.786.547

Det samlede budget for de første fire år ser således ud:

	2011	2012	2013	2014		
Udgifter:						
Udvikling:						
Software udvikling	750.000		2.220.000	2.220.000		
Playscapes	748.800		1.665.000	1.665.000		
Salg:						
Salg & forretningsudvikling:	100.000	277.500	555.000	555.000		
Marketing materiale:	100.000	50.000	100.000	100.000		
Rejse		80.000	80.000	80.000		
Support:						
Software support		555.000	1.110.000	1.110.000		
Playscapes support		555.000	1.110.000	1.110.000		
Udgift, Totalt:	1.698.800	1.517.500	6.840.000	6.840.000		15.197.500
Indtægter:						
Støtte, Ikraft:	753.000					
Licens indtægter:						
Startpakker:	0	298.804	4.336.923	4.985.754		
Licenser:	0	644.175	7.781.634	8.786.547		
Indtægt, Totalt:	753.000	942.979	12.118.557	13.772.301		26.833.837
Balance:	945.800	574.521	5.278.557	6.932.301		11.636.337

Vedr. Forretningsmodel ser vi 3 mulige scenarier:

- a) playscapes står for salg og udvikling af indholdet. Teknisk support og videre programmering varetages af Redia a/s (oplevelsesbaseret software udviklingshus baseret i Århus).
- b) Investor skyder penge ind i produktet, så et nyt firma kan oprettes. Det nye firma står for support, salg og udvikling.
- c) Eksisterende stor aktør køber produktet med henblik på videreudvikling og salg (f.eks. KPMG, Rambøll eller COWI).