

Case: Markedsføring og forretningsudvikling

Bistad styrker forretningskonceptet

Målrettede budskaber og større fokus på et bæredygtigt forretningskoncept er omdrejningspunktet i samarbejdet mellem OK og Bistad.

Bistad og energiselskabet OK samarbejder om at udvikle Bistads forretning, så det bliver muligt at klare sig bedre på markedsvilkår.

Det betyder bl.a., at Steen Thykjær, medstifter af Bistad, arbejder tæt sammen med Steffen Toft Spiele, som er CSR-ansvarlig hos OK.

De har brugt hinanden til erfaringsudveksling, og Steffen Toft Spiele har bl.a. hjulpet Bistad med:

- tekster til Bistads hjemmeside
- billedmateriale
- udvikling af markedsføringsmateriale
- at sprede Bistads historie til dagspressen
- at målrette Bistads budskaber.

"Tidligere fortalte vi meget om vores bier og honningproduktion, men med hjælp fra OK fik vi drejet vores budskab til i højere grad at handle om den sociale del af virksomheden. Vi gør en forskel for nogle meget udsatte borgere, og dét kan vi se sælger billetter," fortæller Steen Thykjær.

Forretning skal i førersædet

Målet med samarbejdet er også, at Bistad med tiden kan udvikle en stabil forretning og tage imod flere udsatte, men her er rimelighedskravet en udfordring.

OK er ofte også stedet, hvor Bistad kan prøve nye ideer af og få sparring på, om ideerne er holdbare rent kommunikativt og forretningsmæssigt. Bistad kan fortsat udvikle sig ved at få større fokus på strategi og et bæredygtigt forretningskoncept. Det er Steen Thykjær og Steffen Toft Spiele enige om.

"Vi hjælper Bistad til at blive bedre til at sælge sig selv og selv lande aftaler. Det er en lidt svær balancegang, for vi skal ikke gøre det for dem," siger Steffen Toft Spiele.

For OK er der god brandingværdi i samarbejdet med Bistad, og det gælder både internt og eksternt i virksomheden.

"Det er en god historie, når vi på den måde er med til at gøre en forskel, som gør arbejdsmarkedet mere rummeligt. Det er også noget, som giver goodwill internt i virksomheden, for medarbejderne er stolte af at arbejde for en virksomhed, som tager et socialt ansvar," siger Steffen Toft Spiele.

Det gode samarbejde virksomhederne imellem betyder også, at parløbet fortsætter fremover.

Netværker sig til succes

OK er desuden medlem af en række forskellige erhvervsfora samt virksomhedsnetværk og er ofte inviteret med til arrangementer for store og små virksomheder. Her fortæller OK ofte historien om Bistad og fungerer dermed som ambassadør. I mange tilfælde er Bistad også selv inviteret med til den slags arrangementer og får chancen for selv at møde nye samarbejdspartnere.

"En virksomhed med 1.300 ansatte har adgang til et kæmpe netværk af virksomheder, organisationsfolk og politikere, og det har en enorm værdi for os at have OK i ryggen og have dem med til at åbne døre for os," siger Steen Thykjær.

Fakta:

- OK er andelsejet med 400 ansatte i moderselskabet og 1.300 i koncernen. OK yder økonomisk støtte til idrætsforeninger, handicapidræt og en række humanitære organisationer samt andre virksomheder med et socialt engagement.
- Bistad indgår abonnementsaftaler med virksomheder om at opstille bistader. Virksomhederne får til gengæld den producerede honning.
- Bistad har to ordinært ansatte medarbejdere, og derudover to ansatte i fleksjob, tre i skånejob og en i virksomhedspraktik. Dertil kommer en række frivillige.
- Bistad tager imod borgere med svære psykiske diagnoser, og ofte er der også fysiske udfordringer i tilgift.
- Bistad og OK har samarbejdet siden foråret 2012, og begge virksomheder ligger i Aarhus.

Gode råd fra OK og Bistad

- Fokuser på en bæredygtig forretning.
- Tænk fælles værdiskabelse.
- Lav langsigtet plan for samarbejdet.
- Hold fokus på at eksekvere det, I planlægger.
- Få rollefordeling på plads: Én kontaktperson i hver virksomhed.

Model: Markedsføring og forretningsudvikling



Honningproduktion via abonnements-ordning



Tovholdere

Seks medarbejdere:

- To ansat på ordinære vilkår, som er tovholdere på samarbejdet
- Fire ansat på særlige vilkår (*fysisk og/eller psykiske udfordringer*)

” Det er bare godt at have en storebror med 1.300 ansatte og det netværk, der følger med.
- Steen Thykjær, medstifter af Bistad

BIDRAG
Honning
Historiefortællingen



Tovholder

Tovholderen er ansat i kommunikationsafdelingen, hvor også HR og CSR hører til

” Socialøkonomiske virksomheder skal være gode til at fortælle, hvilken værdi de skaber, hvis de skal have et samarbejde med ordinære virksomheder.
Steffen Toft Spiele, CSR-ansvarlig, OK



Energiselskab siden 1913

Kommunikationsbistand (*måltretning af budskaber*)
Markedsføring (*tekstskrivning, billeder, web, materialer etc.*)
Adgang til OK's netværk

BIDRAG

► FORRETNINGSUDVIKLING

Det øgede kommunikations- og markedsføringsfokus, som ligger uden for Bistads kerneområde, bidrager til forretningsudviklingen.

► INTERN BRANDING

Identifikation og storytelling på medarbejderniveau

► EKSTERN BRANDING

- PR- og markedsføringsværdi (kunder)
- Markedsføring af virksomheden over for samarbejdspartnere og kommende medarbejdere som en attraktiv og socialt ansvarlig virksomhed