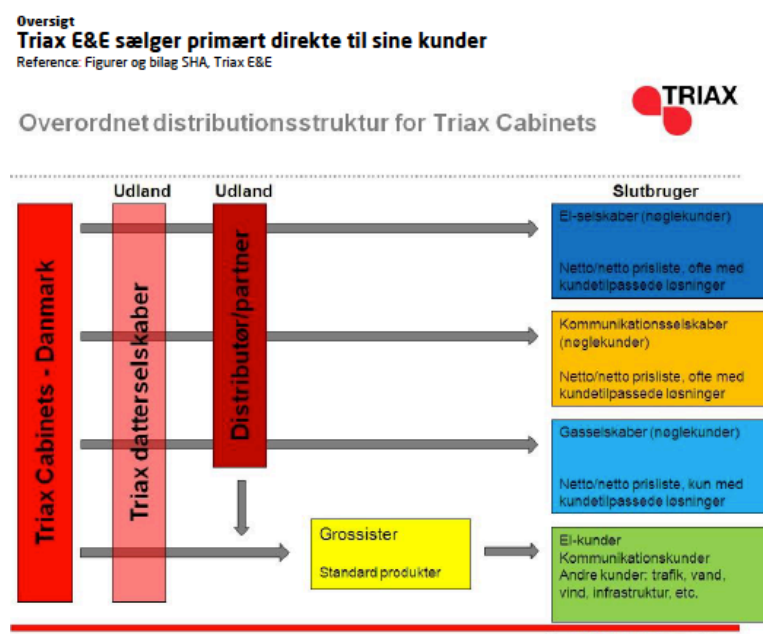
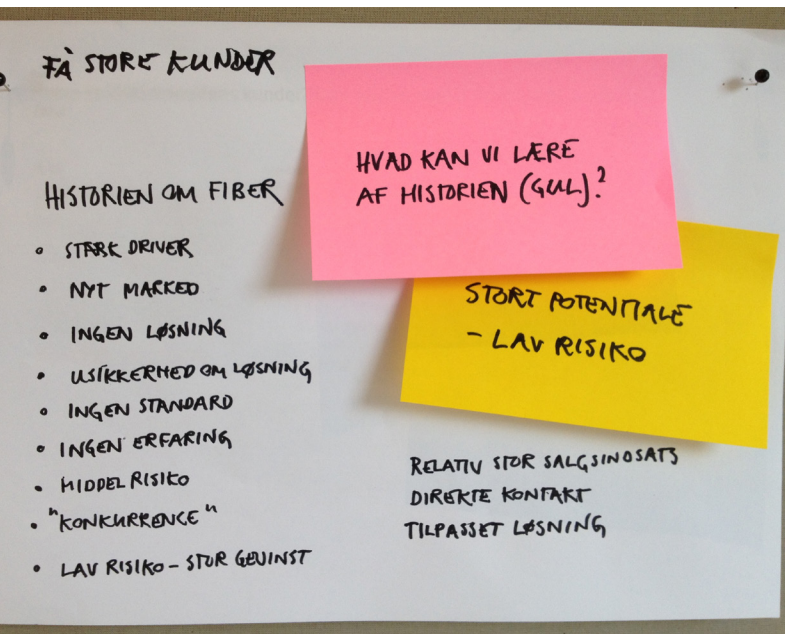
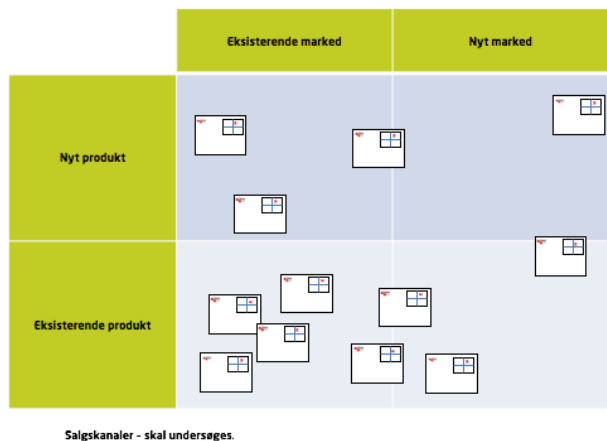




Triax

Fremtidens forretningsområder

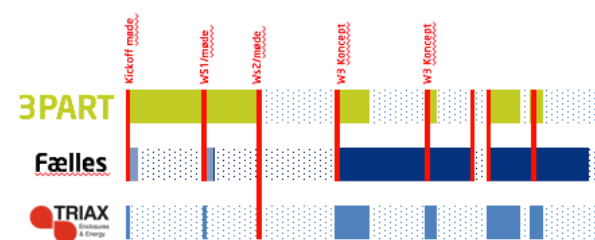
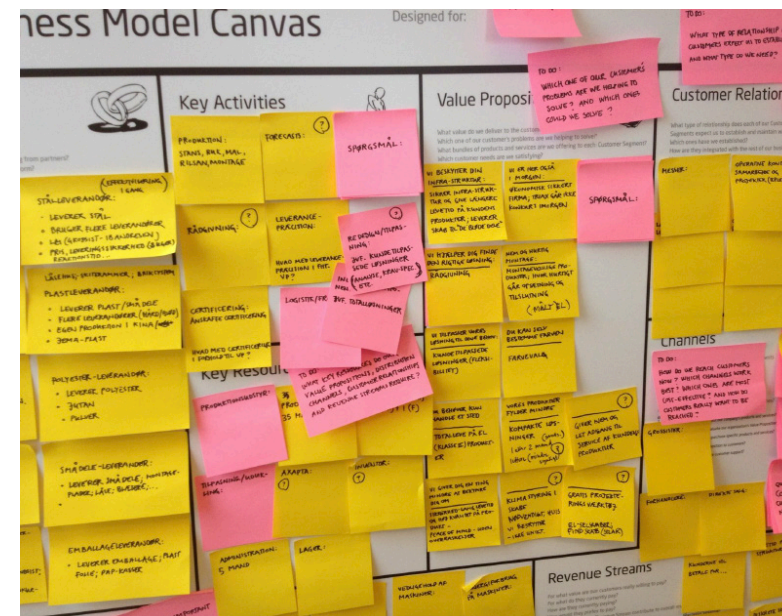
Triax har i samarbejde med 3PART bearbejdet og videreudviklet eksisterende strategisk- og forretningsmæssigt materiale. I denne proces er der udpeget 3 nye forretningsområder, som har et forretningsmæssigt potentiale og et strategisk fit med Triax. På baggrund af processen og det udarbejdede materiale fra 3PART, er disse 3 områder udpeget som primære fokuspunkter for fremtidig forretningsudvikling i Triax.



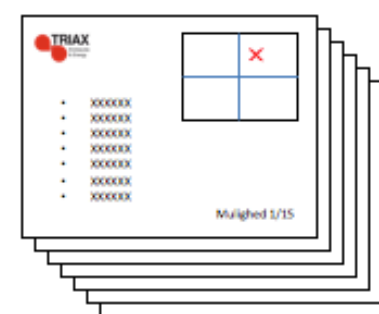
Hvilke muligheder kan vi se?

Ikke alle muligheder er lige

Nogle muligheder er instrumenter eller forudsætninger for at få adgang til andre



Interviews
&
analyse



Evaluering &
anbefalinger



Projekt 1-2-3

Afdækning af fremtidige forretningsområder gennem designmetoder

Triax

3PART leverede:

- Facilitering af beslutningsproces
- Analyse af eksisterende strategimateriale
- Markedsresearch
- Kundeinterviews
- Udvikling af mini-business cases på nye områder

Opgave: Triax ønskede at udvide deres eksisterende forretning, gennem udnyttelse af deres kernekompetencer og -produkter på nye markeder og produktområder.

De havde tidligere forsøgt at håndtere denne udfordring internt og med hjælp af mere traditionelle eksterne forretningsudviklere, men manglede nye input for at kunne komme videre i processen, og indsnævre mulighedsrummet.

Triax op søgte derfor 3PART, for at fortsætte arbejdet med brug af designmetodiske processer og tilgange.

Proces: Det eksisterende strategiske materiale og tidligere business cases blev gennemgået og analyseret for, at indsnævre det relativt store mulighedsrum, der allerede forelå. Det eksisterende materiale var omfattende og præsenterede mange muligheder, men der manglede kvalificering af materialet, for at kunne indsvære det til en mere håndterbar mængde.

Den indledende fase med analyse og indsnævring var baseret på flere arbejds møder med Triax-teamet, samt udarbejdelse af yderligere markedsresearch og -indsigt. I processen blev materialet kombineret og reduceret, for at kunne foretage en egentlig til-/fravælgelse af forretningsområder.

De mange indledende forretningsområder blev derved indsnævret fra 29 til 9 kvalificerede og potentielle områder.

I den efterfølgende fase blev de 9 udvalgte områder yderligere undersøgt og belyst, med det formål at reducere yderligere, inden det afsluttende arbejde skulle overdrages til Triax for efterfølgende intern bearbejdning.

I processen blev de 9 forretningsområder reduceret til 3. Disse blev yderligere kvalificeret med kundeinterviews og mere detaljeret markedsanalyse, produkttilbud og potentialer, samt afdækning af konkurrenter, konkurrencesituation og trusler.

Løsning: 3PART faciliterede beslutningsprocessen og leverede de nødvendige nye input, som førte til den ønskede reduktion i mulighedsrummet. Triax kunne derved selv forstå den efterfølgende proces med udvikling af detaljerede business cases og strategiske beslutninger ift. prioritering af én eller flere nye forretningsområder.

Resultat:

- Reduktion af oprindeligt materiale fra Triax - 29 til 3
- Mini business cases på 3 udvalgte forretningsområder:
 - Triaxs produkttilbud ift. de enkelte forretningsområder
 - Kundeinterviews med afdækning af behov og potentialer
 - Konkurrentanalyse og konkurrencesituation ift. potentiale- og risikoafdækning
 - Generel beskrivelse og konklusion ift. økonomisk potentiale og strategisk fit med Triax