

Vejen til "Vækst med it"

Af Kate Pennerup Thomsen, Seniorkonsulent, IBIZ-Center, Teknologisk Institut

Når udviklingen af et lille enkelt dialogværktøj bliver til et større udrulningsprojekt, kræver det overblik og mod til at tage nogle hurtige beslutninger. Dette har IBIZ-Centerets medarbejdere måtte sande i forbindelse med udvikling og lancering af *Vækst med it*.

Hvad er Vækst med it

IBIZ-Centeret lancerer i disse dage et online selvhjælps værktøj ved navn *Vækst med it* til målgruppen små og mellemstore virksomheder. Værktøjet er udviklet som et dialogprogram og kan anvendes fra PC, tablet og smartphones. Du kan læse mere om værktøjet i artiklen "Vækst med it – et nyt, gratis online værktøj til forretnings-it".

Fra idé til handling

Oprindeligt var det, den nu nedlagte IT- og Telestyrelse (ITST), der udarbejdede små dialogprogrammer, hvor brugeren svarer ja eller nej på nogle spørgsmål og får et målrettet svar – fx på hvordan man starter en virksomhed.

I samarbejde med ITST overførte vi idéen til it-verdenen, fordi der var - og stadig er - et hul, når det gælder om at give information om it til virksomhederne. Finansieret af ITST og med personressourcer fra IBIZ-Centeret og SaaS-it som it-leverandør gik vi i gang med at udvikle og teste værktøjet.

Regeringsskiftet resulterede dog i, at ITST blev nedlagt og dermed blev finansieringen og markedsføringen en opgave, som IBIZ-Centeret skulle løfte. Men idéen levede stadig fordi mange, som havde stiftet bekendtskab med *Vækst med it* mente, at det ville gøre en forskel for brugerne.

Hermed startede vores egentlige udfordringer og et stort ressourcetræk.

Udvikling af en mobil App kan da ikke være så svært?

Testerne af værktøjet så gerne *Vækst med it* tilgængeligt via smartphones. Efter nøje overvejelser og flere drøftelser valgte vi at udvikle det som en mobil App. Udviklingsprojektet skete i samarbejde med virksomheden ABOUT, der har kompetence i udvikling af forretnings Apps. I første omgang faldt valget på en App'en til både iPhone- og Android-plattformen – også det man kalder Native Apps.

Imidlertid kom der en ny standard - HTML5, der gør det muligt, at få en App ind på en smartphone uden at skulle downloade den via en "App store". Man får bare et link fx via en QR-kode. Denne type kaldes en Web App. Forskellen mellem de to typer Apps er, at web App'en ikke kan tilbyde den fulde funktionspalette som fx anvendelse af kamera. Den er til gengæld væsentlig billigere, og den rammer alle platforme med samme programmeringskode. Dermed rammer den også en bredere målgruppe. Vi drøftede derfor vores brugermålgruppe igen og deres forventninger til brugeroplevelsen.

Det endelige valg faldt på Web App. Udover de lavere udviklingsomkostninger og den bredere målgruppe, er der mindre vedligeholdelse fordi den ikke er låst til specifikke platforme. Vi tror, at denne type på sigt vil blive lige så udbredt som de mere velkendte Native Apps.

Det var en god læring proces for os alle om teknik og brugeradfærd. Vi fik i øvrigt god hjælp af Mikkel Nepper-Christensen fra IT og Kommunikation både i forhold til valget af App type og til kontraktforhandlinger med leverandørerne.

Markedsføring – hvad er det?

Først gælder det om at definere sin målgruppe. For anvendelse af værktøjet er det brugerne, der er målgruppen. Men for udbredelsen af værktøjet, er det vores samarbejdspartnere, som fx Erhvervsråd og brancheorganisationer. Med både en primær og en sekundær målgruppe stiller det krav til kommunikation og valg af markedsføringskanaler, som ikke er ens for de to målgrupper.

Vi valgte at lægge kræfter i kommunikationsformen i selve værktøjet. Det var en udfordring at finde den rigtige tiltaleform, når brugerne varierer fra unge iværksættere til garvede håndværkere eller smarte sælgere. Vi fandt et kompromis, som er testet, men sikkert kan forbedres i version 2.

Markedsføring uden et budget – kan man det?

Næste udfordring var, hvordan man markedsfører et værktøj som *Vækst med it* uden et markedsføringsbudget!

Vores partnere er IBIZ-Centerets livsnerve i mange henseender, og derfor var det naturligt at bruge dem som ambassadører for vores værktøj. Vi lavede en distributionsliste med ca. 200 partnere – et godt fundament for at vores link til *Vækst med it* kunne bliver distribueret bredt. Distributionen til partnerne skete via Direct mail sammen med et link til vores nye partnersite, som vi oprettede til formålet.

Partnersitet på vores hjemmeside betød, at alle partnerne hurtigt og nemt kunne komme i gang. Hertil kunne de få oplysninger få links, grafik og kampagne information mv. til *Vækst med it*. For yderligere at knytte partnerne tættere til IBIZ-Centeret, måtte vi krydre med plads til flere målrettede kampagner, etablere et Nyhedsbrev, skaffe partner-referencer m.v.

Alt i alt også en rigtig god og lærerig proces om, hvad der skal til for at begå sig kommercielt.

På få måneder kom vi vidt omkring, men det har været rejsen værd og vi gør det gerne igen!

Faktaboks: *Vækst med it* – hent den, test den – kom med feedback til info@ibiz-center.dk!



QR kode..