



Fiktiv casebeskrivelse til **Digital Koordinator**



Andersens
Økohus



Introduktion til casearbejde

I er netop blevet inddelt i grupper, og skal nu forestille jer, at jeres gruppe udgør et digital marketing bureau som skal pitche et tilbud på en digital marketing strategi for kunden til fremlæggelsen.

Fiktiv Casebeskrivelse

Denne casebeskrivelse er fiktiv - og det er den omtalte virksomhed også. Virksomheden og beskrivelserne af virksomhedens aktiviteter er derfor alle opdigtet. Casebeskrivelsen er dog inspireret af en lignende SMV.

Længde

Forbered gruppevis en præsentation på max. 10 minutter, som I præsenterer for de andre grupper og jeres underviser. Der vil efterfølgende være uddybende spørgsmål og feedback fra jeres underviser i ca. 10 min.

Format

Husk, at I maks. har 10 minutter til at præsentere jeres løsningsforslag. Vi anbefaler derfor, at I i jeres præsentation vælger primært at fokusere på de allervigtigste elementer i jeres caseløsning. Det er umuligt at komme rundt om alle emner fra kurset på 10 minutter, og det er der heller ikke en forventning om, at I gør.

I skal visualisere jeres løsningsforslag, så det bliver så konkret som muligt. Brug derfor gerne Google Slides, PowerPoint, Canva, WordPress, Excel og lignende til jeres præsentation. Til at løse ovenstående kan I frit benytte alle hjælpemidler og databaser (foruden dem I er blevet præsenteret for i undervisningen).

Spørgsmål til casen?

I vil med garanti have spørgsmål til casebeskrivelsen, da vi umuligt kan sammenfatte alle elementer og scenarier i dette skriv. Det betyder, at I gerne må arbejde ud fra jeres egne antagelser, hvis I mangler svar på specifikke ting.

God arbejdslyst, Teamet bag Digital Koordinator



Baggrund for Andersens Økohus

I 2016 stiftede Anders Andersen sin første gourmetrestaurant under navnet 'Andersens Økohus', som serverer økologisk traditionelt dansk mad. Lige siden åbningen af den første restaurant er det gået stærkt. Udover restauranten i hjertet af København har han netop åbnet dørene op for en restaurant i Esbjerg Storcenter og i Aarhus midtbyen. I alle restauranter er der mulighed for 'eat in', take away og catering til eksempelvis firmaarrangementer, fødselsdage og bryllupper.

Anders Andersen har i dag 55 ansatte i sin virksomhed, hvoraf 7 af disse personer arbejder på kontoret i København. Én af disse medarbejdere udgør 'marketingsafdelingen' og er ansat til at håndtere markedsføringen af alle restauranter.

Andersens Økohus har en ambitiøs vision om at være førende inden for økologisk gourmet mad blandt etablerede restauranter. Virksomheden stræber mod at skabe en unik spiseoplevelse, der ikke kun hylder traditionelle danske retter, men også fremmer bæredygtighed og økologi. Målet er at skabe en national og international tilstedeværelse og blive anerkendt som en gastronomisk destination, der kombinerer tradition, kvalitet og bæredygtighed.

Andersens Økohus produkter

Menuen hos Andersens Økohus byder på en bred vifte af retter, der spænder fra klassiske danske favoritter til nyskabende kulinariske kreationer. Med fokus på sæsonens råvarer garanterer restauranten, at smagen af hvert måltid afspejler de friskeste og mest velsmagende ingredienser.

Udover det brede udvalg af retter tilbyder Andersens Økohus specialtilpassede menuer til arrangementer og begivenheder. Virksomheden har en passion for at skabe en unik spiseoplevelse, der ikke blot er en måltidsoplevelse, men også et kunstværk lavet af de bedste økologiske ingredienser.



Grønne og bæredygtige initiativer er fundamentale

Andersens Økohus forpligter sig til grønne initiativer og bæredygtige praksisser for at minimere virksomhedens miljøpåvirkning. Virksomheden udvælger nøje sine ingredienser fra selekterede økologiske leverandører for at sikre, at både smag og kvalitet opretholdes på en ansvarlig måde.

Restauranterne fokuserer på at reducere deres miljøaftryk ved blandt andet at implementere genanvendelsesprogrammer, sortering af affald og samarbejde med lokale organisationer for at donere overskydende mad til velgørende formål.

Kundegruppe

Andersens Økohus henvender sig primært til kvalitetsbevidste madelskere, der sætter pris på økologiske og traditionelle danske retter. Målgruppen omfatter både lokale kunder og dem, der søger en gourmetoplevelse under besøg i byerne (B2C).

På sigt har Andersens Økohus ambitioner om, at deres kundegruppe afspejler et community af gæster, der ligeledes værdsætter lokale, bæredygtige og økologiske madoplevelser.

Hjemmeside

Andersens Økohus' hjemmeside fungerer som en online platform, hvor kunder kan udforske menuen, restauranternes placeringer og muligheder for catering. Hjemmesiden er optimeret, brugervenlig, intuitiv og tilgængelig på både desktop og mobil. Der er også en online-bestillingsfunktion for både 'eat in' og takeaway.

Webshoppen er udviklet i WordPress med WooCommerce.

Markedsføring

Andersens Økohus forsøger at være synlig i deres online markedsføring for at promovere deres restauranter og catering tjenester.



Online Marketing

Andersens Økohus anvender primært deres sociale medier og hjemmeside til online marketing. På TikTok deler de lækre billeder af deres retter, som indgår på månedens menukort og madvideoer med tips og tricks.

Hjemmesiden er designet til at være informativ og simpel, hvor interesserede kan læse om menuer og kommende events. Her har de også mulighed for at tilmelde sig virksomhedens nyhedsbrev, hvor de oplever, at abonnenter ofte er tilbagevendende gæster.

Marketingsmedarbejderen bruger aktivt programmer inden for kunstig intelligens (AI) til optimering af teksterne på hjemmeside og i nyhedsbreve.

Andersens Økohus er til stede på følgende kanaler:

- TikTok - 2.200 følgere
- YouTube - 101 følgere - og kun en håndfuld videoer uploades om året.
- Nyhedsbrev - 310 abonnenter. Andersens Økohus bestræber sig på at udsende nyhedsbreve én gang om ugen op til weekenden.

Budget

Andersens Økohus investerer målrettet i deres markedsføring for at styrke brandet og tiltrække en bred målgruppe. Virksomheden har afsat et månedligt budget på 40.000 kr. til online markedsføringsaktiviteter..

Problemstilling

Andersens Økohus står overfor udfordringer, som de håber at løse med hjælp fra jer som digitale koordinører (forestil jer, at I er et digitalt markedsføringsbureau):

Hvordan kan virksomheden skabe mere trafik til deres hjemmeside?

Andersens Økohus ønsker jeres input til, hvordan de kan få mere trafik til deres hjemmeside, og især lokke flere madentusiaster til forretningen, der værdsætter god og bæredygtig mad. Andersens Økohus vil gerne skabe et større community omkring deres grønne og



bæredygtige restauranter og madunivers og få flere tilmeldinger til deres nyhedsbrev, som kan sikre, at kunderne kommer igen efter første besøg. Derudover er virksomhedens langsigtede målsætning at blive til madentusiasternes foretrukne restaurant i Danmark.