

Virksomhedernes udbytte af projektet *Sprint:Digital*

DDC

November 2021

Dansk Design Center

Sprint:Digital projektet

I Sprint:Digital har Dansk Design Center sammen med 17 designbureauer bistået 132 danske SMV'er med at digitalisere deres forretning gennem nye digitale services eller produkter. Vi har afviklet 132 sprintforløb, foretaget 324 digitale rådgivninger og arrangeret 8 events.

Omdrejningspunktet for projektet er designsprintmetoden. I et sprint får virksomhederne et professionelt faciliteret sprintforløb, som på fem dage resulterer i:

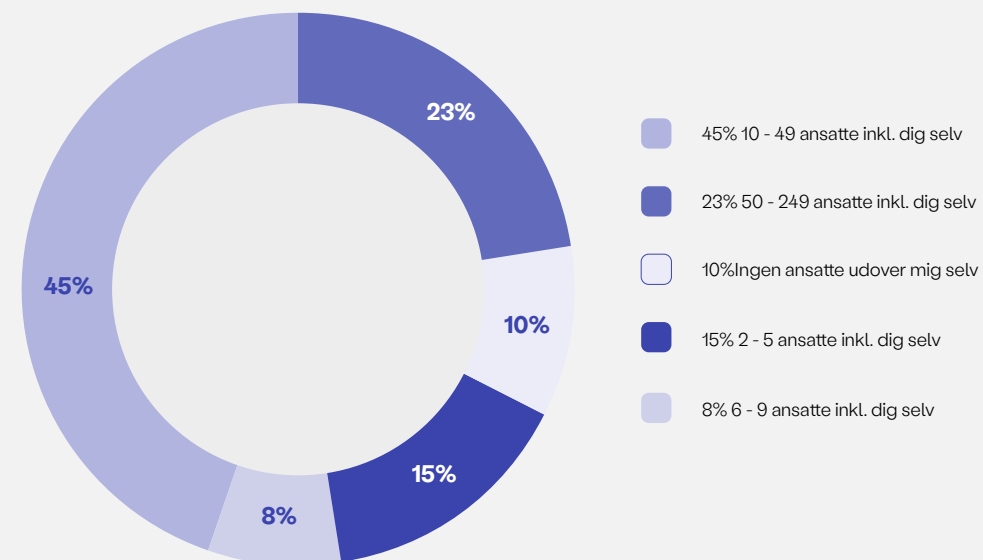
- Kortlægning af virksomhedens digitale muligheder.
- Udvikling af idéer og koncepter til at løse virksomhedens digitale udfordring.
- Brugertest og feedback på virksomhedens koncept for at sikre større træfsikkerhed med de digitale aktiviteter.
- Handleplan for implementering af virksomhedens digitale aktiviteter samt tre vouchere til brug af en digital ekspert.
- Praktisk erfaring med metoden designsprint.

Respondentgrundlag

113 ud af 132 virksomheder, der har deltaget i Sprint:Digital projektet har bidraget til at evaluere projektet via en skriftlige spørgeskemaundersøgelse, der er gennemført seks måneder efter deres deltagelse i projektet.

Størstedelen af de virksomhederne der har deltaget i projektet har 10-49 ansatte (45%) eller 50-249 ansatte (23%), jf. figur 1.

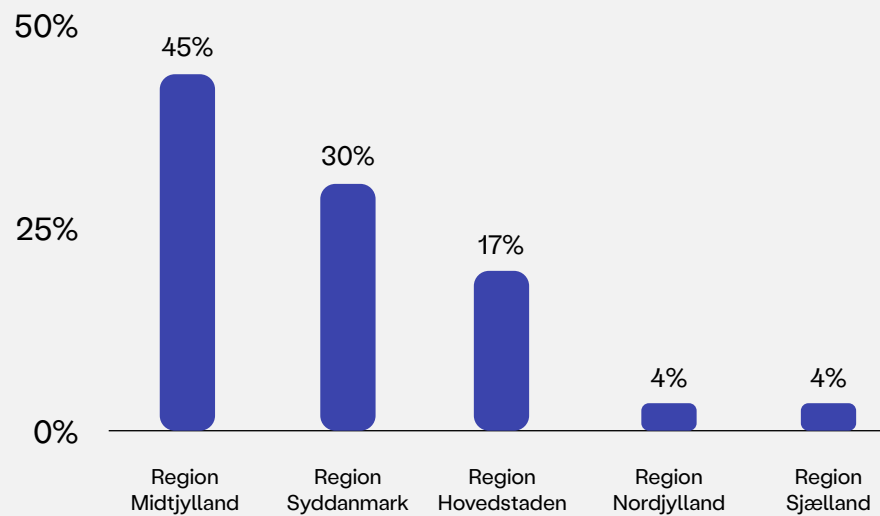
Figur 1. Ansatte i virksomheden



Note: Figuren er baseret på besvarelser fra 105 respondenter

De deltagende virksomheder er primært placeret i Region Midtjylland og Syddanmark, jf. figur 2.

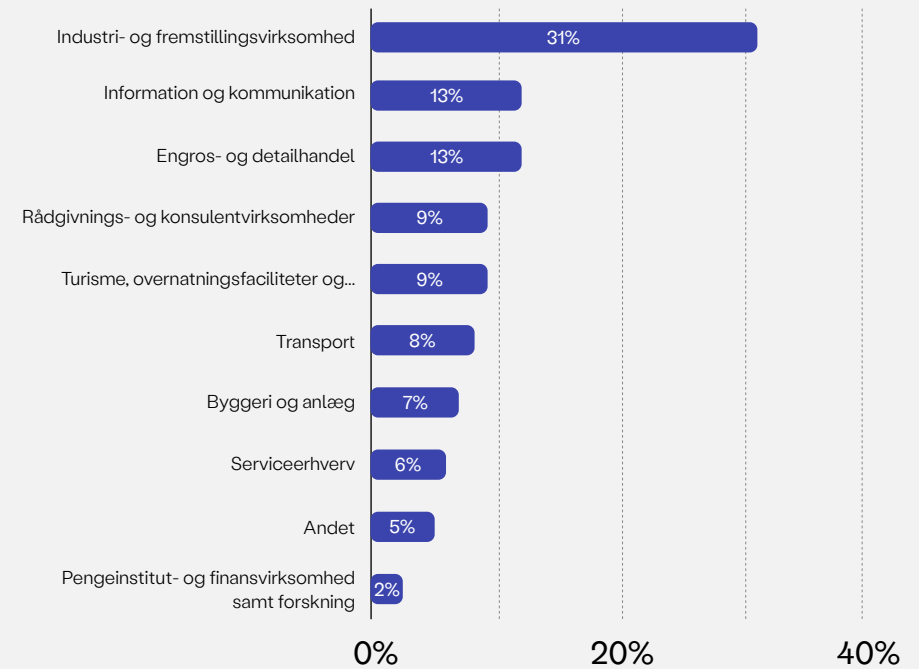
Figur 2. Virksomhedernes geografiske placering



Note: Figuren er baseret på besvarelser fra 105 respondenter

Knap en tredjedel af virksomhederne kan karakteriseres som industri- og fremstillingsvirksomheder. Herudover har virksomheder fra ni andre branchegrupperinger deltaget i projektet.

Figur 3. Branchegrupperinger

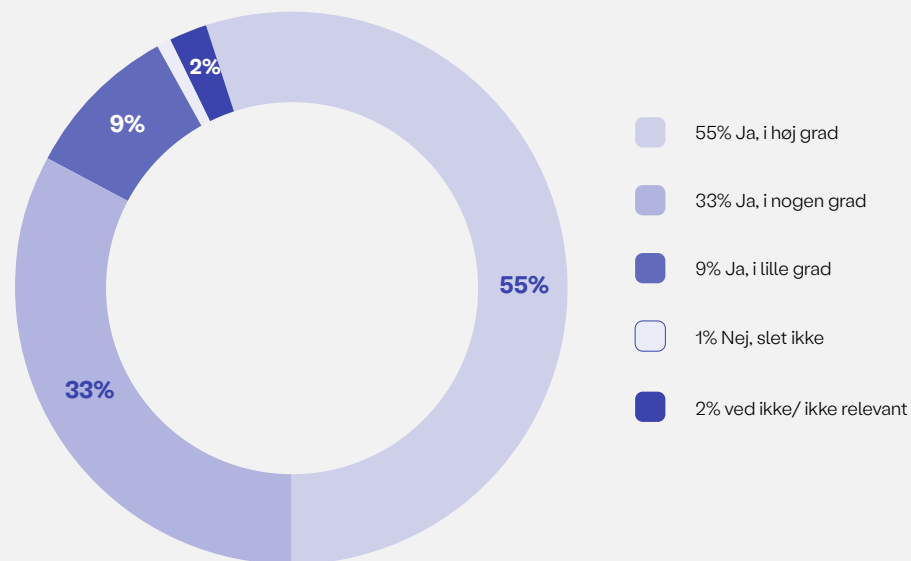


Note: Figuren er baseret på besvarelser fra 104 respondenter

Virksomhedernes udbytte

Virksomhederne er i høj eller nogen grad tilfredse med det overordnede udbytte af deres deltagelse i projektet (88%), jf. figur 4. En enkelt virksomhed indenfor engros- og detailhandel svarer "Nej, slet ikke" med henvisning til, at det resultat virksomheden kom frem til i sprintforløbet ikke kan bruges.

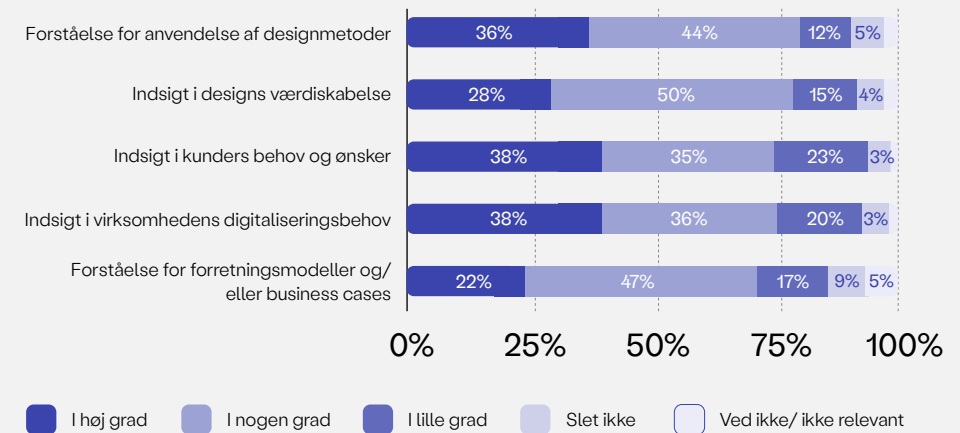
Figur 4. Vurdering af overordnet udbytte af projektet



Note: Figuren bygger på besvarelser fra 101 respondenter

Virksomhederne har i høj eller nogen grad opbygget en række kompetencer som en del af projektet, jf. figur 5. Virksomhederne har særligt fået forståelse for anvendelsen af designmetoder (80 pct.) og indsigt i designs værdiskabelse (78 pct.) i et forretningsmæssigt perspektiv. Projektet har også givet indsigt i kundernes behov og ønsker (73%) og indsigt i virksomhedernes digitaliseringsbehov (74 pct.).

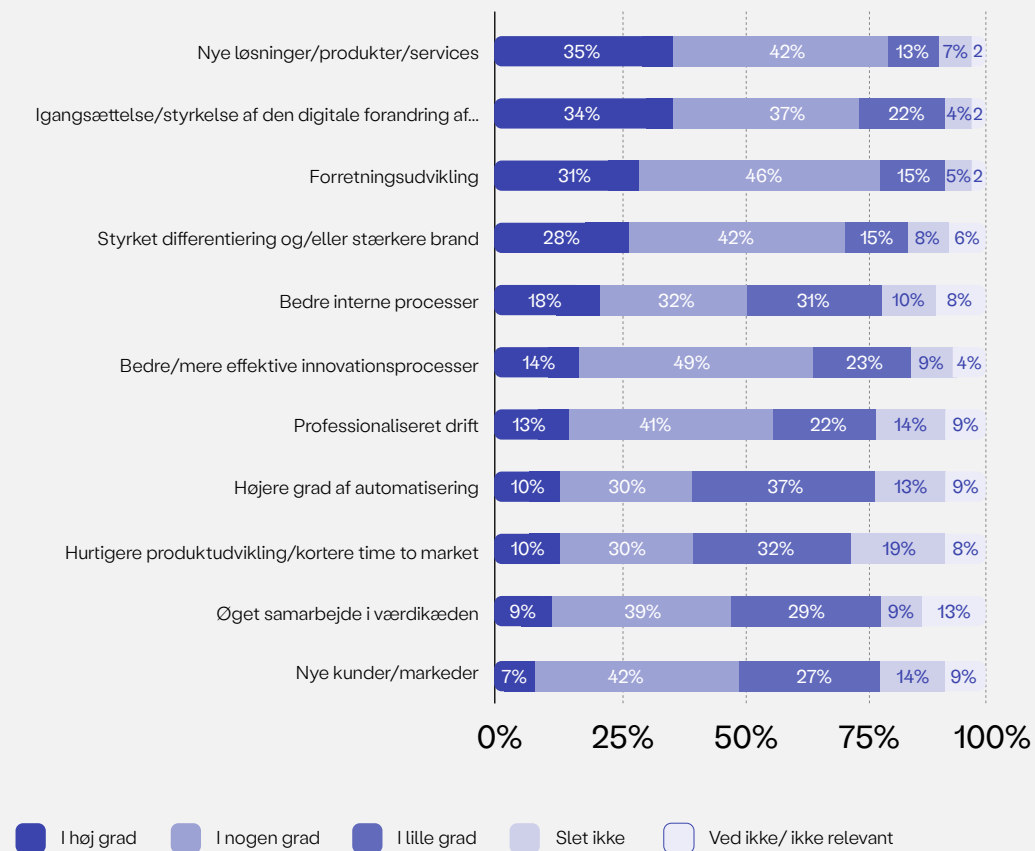
Figur 5. Opbygning af nye kompetencer



Note: Figuren bygger på besvarelser fra 100 respondenter

Virksomhederne er generelt positive i deres vurderinger af, hvilke forretningsmæssige effekter deltagelsen i Sprint:Digital har haft. Særligt virksomhedernes forretningsudvikling (77%), igangsættelse eller styrkelse af den digitale forandring i virksomheden (71%) og nye løsninger, produkter eller services (77%) er i høj eller nogen grad blevet styrket. På flere andre parametre oplever mere end 50% af virksomhederne, at de allerede har fået styrket deres forretning som en del af projektet, jf. figur 6.

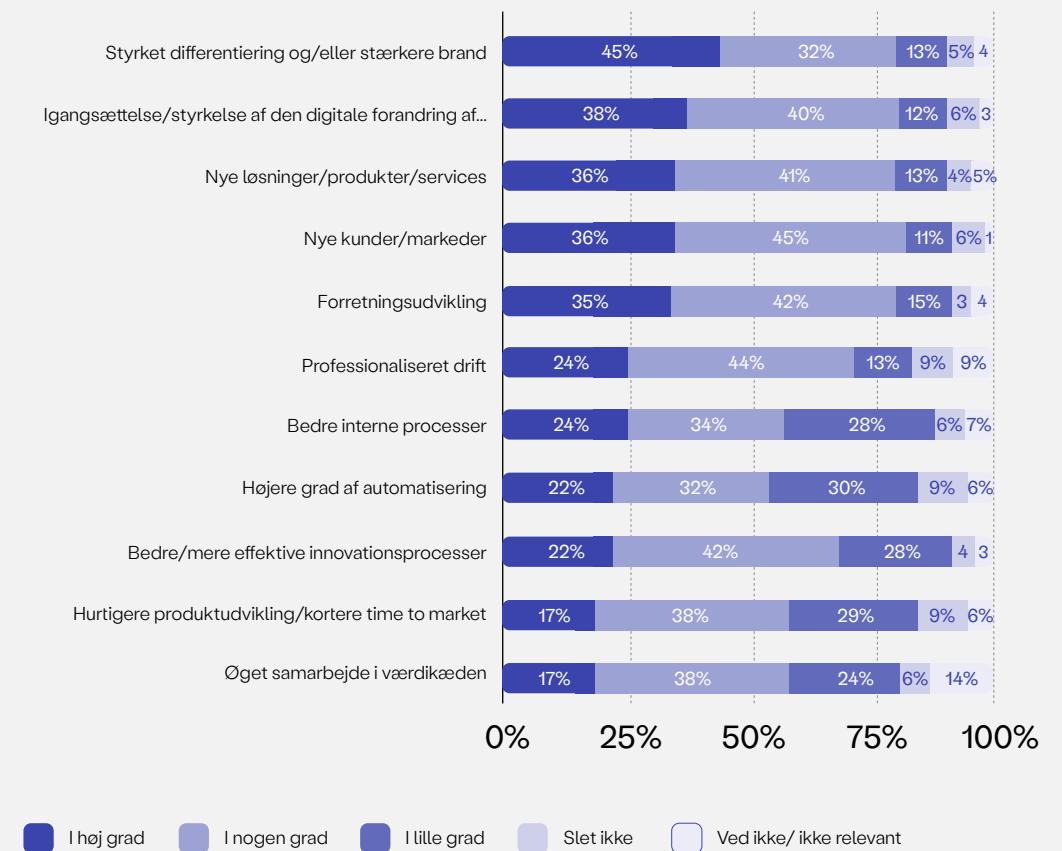
Figur 6. Forretningsmæssige områder projektet allerede har styrket



Note: Figuren bygger på besvarelser fra 99 respondenter

Også på 1-3 års sigt forventer virksomhederne, at deltagelsen i Sprint:Digital vil styrke deres virksomheder på flere forskellige forretningsmæssige områder. Særligt virksomhedernes forretningsudvikling (77%) samt nye kunder og markeder (81%) forventes i høj eller nogen grad styrket på 1-3 års sigt. På alle parametre forventer mere end 50% af virksomhederne en styrkelse af deres forretning på 1-3 års sigt, jf. figur 7.

Figur 7. Forretningsmæssige områder projektet forventes at styrke på 1-3 år



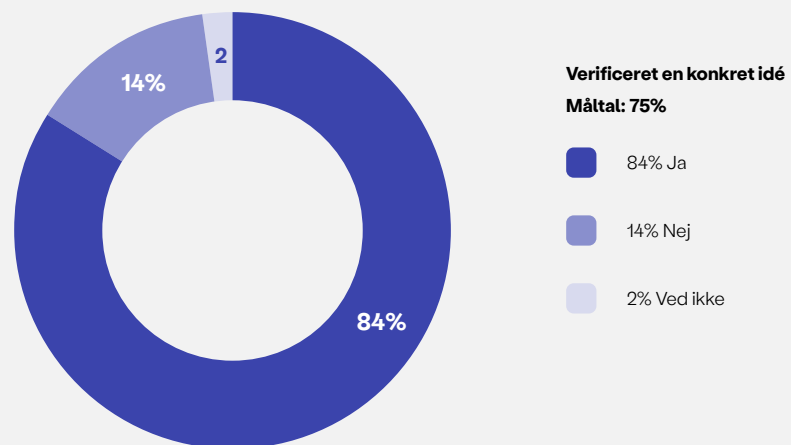
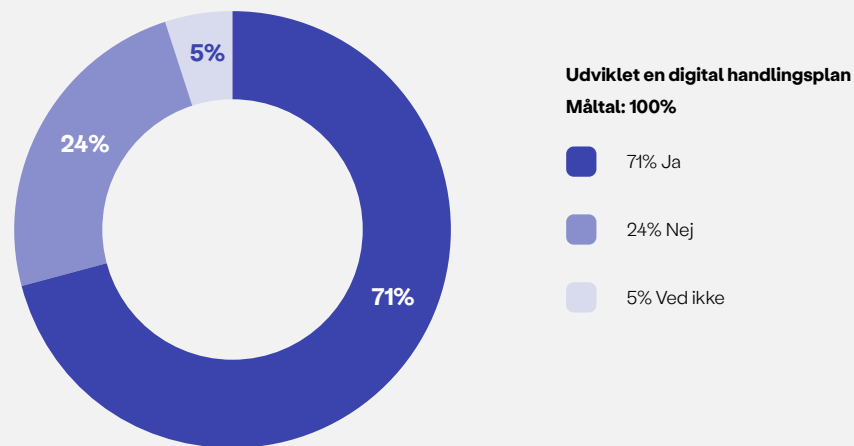
Note: Figuren bygger på besvarelser fra 99 respondenter

Både på kort og længere sigt er hurtigere produktudvikling og kortere time-to-market det område, projektet har styrket mindst.

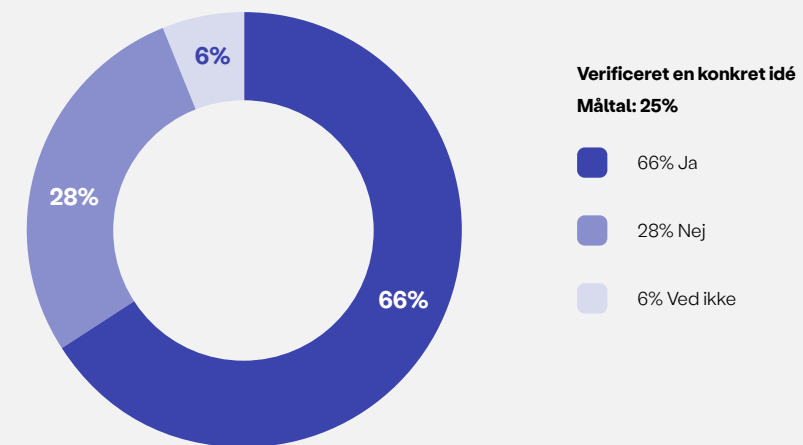
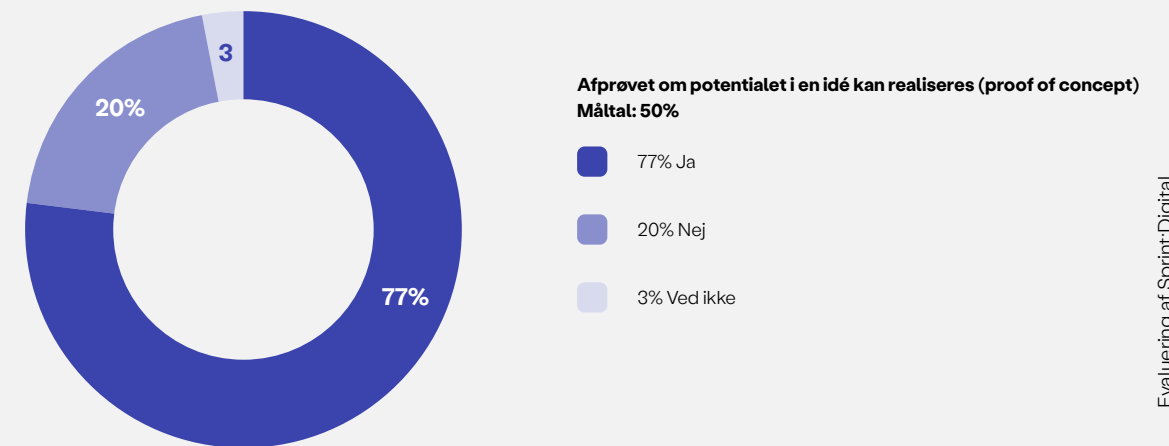
Det har været et konkret mål i projektet, at virksomhederne skal have udviklet en digital handlingsplan, verificeret en konkret idé, afprøvet om potentialet i en idé kan realiseres (proof of concept), og at virksomhederne på baggrund af deltagelsen i Sprint:Digital kommer i gang med implementering af nye produkter/services eller forretningsmodeller.

Målopfyldelsen er sket for så vidt angår. Verificering af en konkret idé, proof of concept og implementering af nye produkter/services eller forretningsmodeller, jf. figur 8.

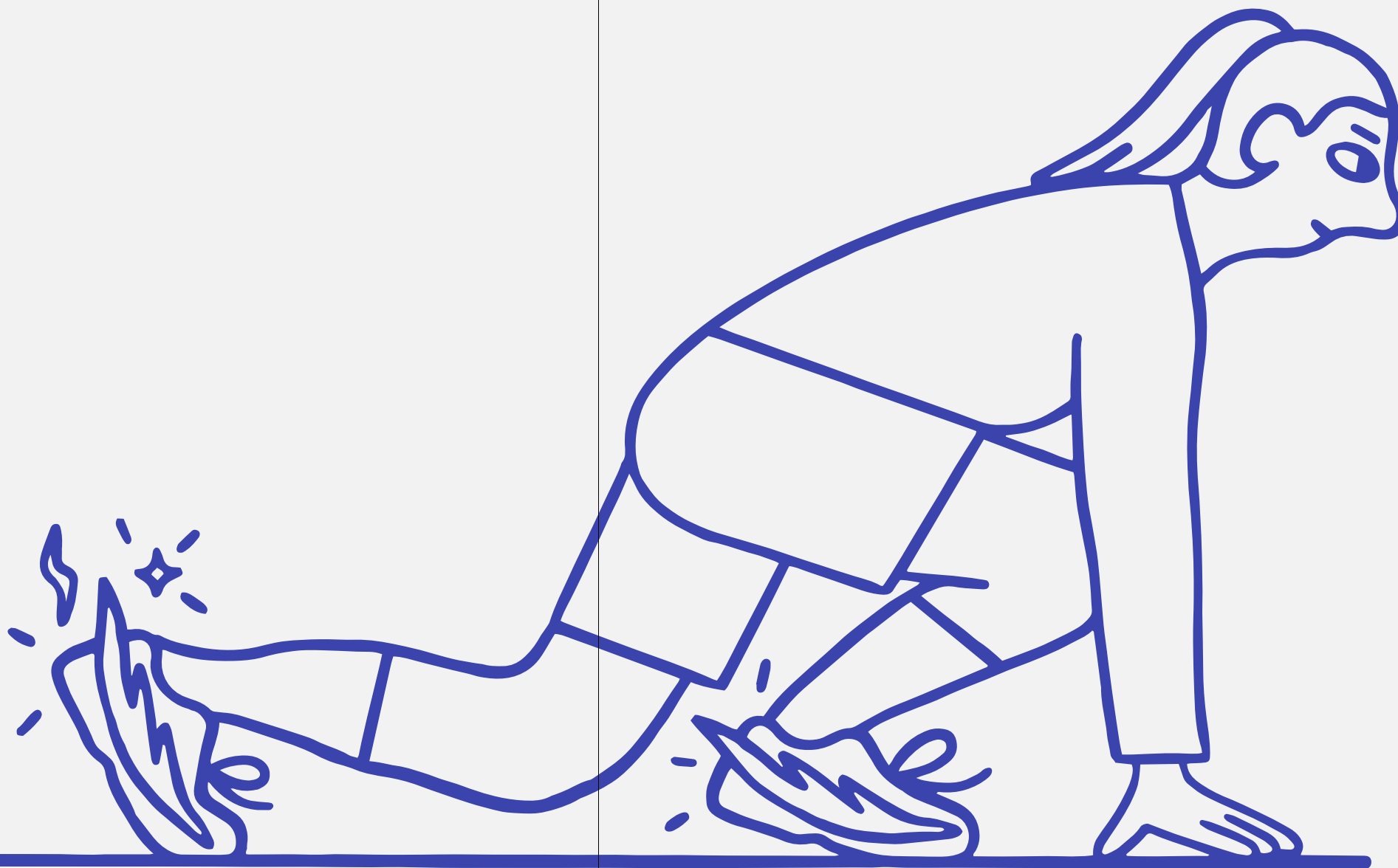
Figur 8. Målopfyldelse i projektet



Note: Figurerne bygger på besvarelser fra 97 respondenter



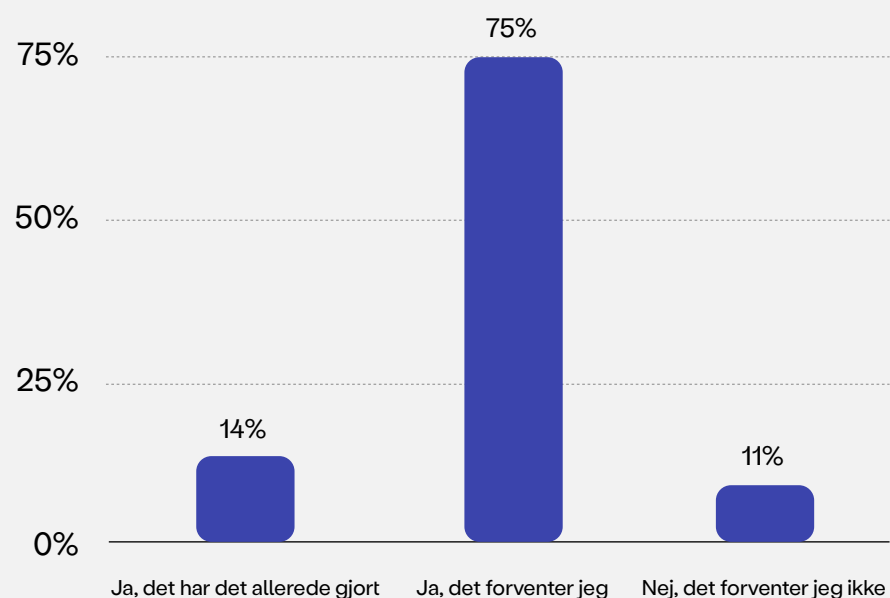
Note: Figurerne bygger på besvarelser fra 97 respondenter



Virksomhedernes realiserede og forventede effekter

En overordnet sammenligning af realiserede og forventede effekter, at nogenlunde samme parametre fremstår som de væsentligste. Det ses endvidere tydeligt, at virksomhederne er mere positive omkring forventede resultater sammenlignet med realiserede resultater. Samme konklusion viser sig, når virksomhederne spørges til, om deltagelsen i Sprint:Digital kommer til at forbedre virksomhedens potentiale for vækst. 14% vurderer, at projektet allerede har styrket potentialet for vækst, mens 75% forventer, at det vil ske., jf. figur 9.

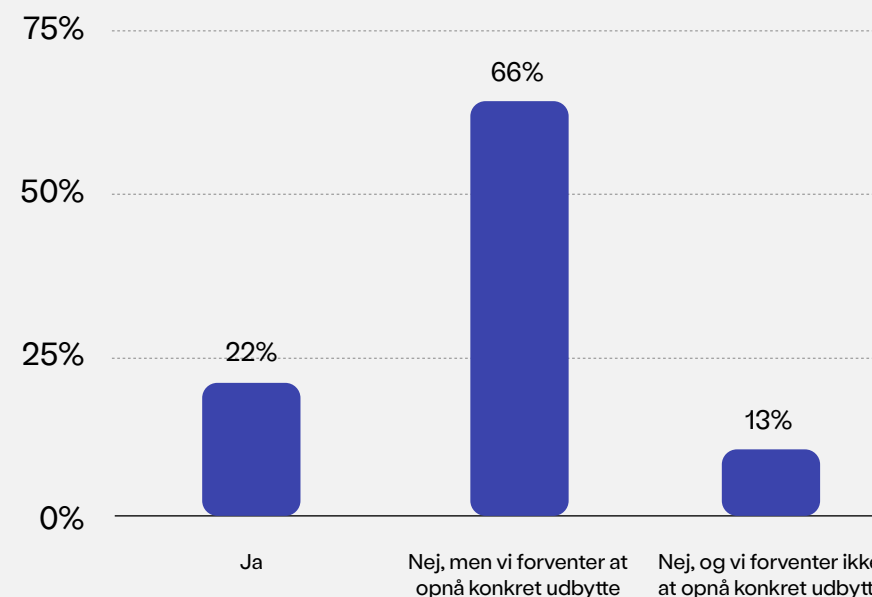
Figur 9. Styrket potentiale for vækst



Note: Figurerne bygger på besvarelser fra 96 respondenter

Virksomhederne har også vurderet, om de på nuværende tidspunkt har opnået konkret udbytte i form af øget omsætning, øget antal kunder, eksport eller jobskabelse som følge af deltagelsen i Sprint:Digital. Også her ses det, at virksomhederne i høj grad forventer, at det er noget, der kommer til at ske, mens det allerede er realiseret for knap en fjerdedel af virksomhederne., jf. figur 10.

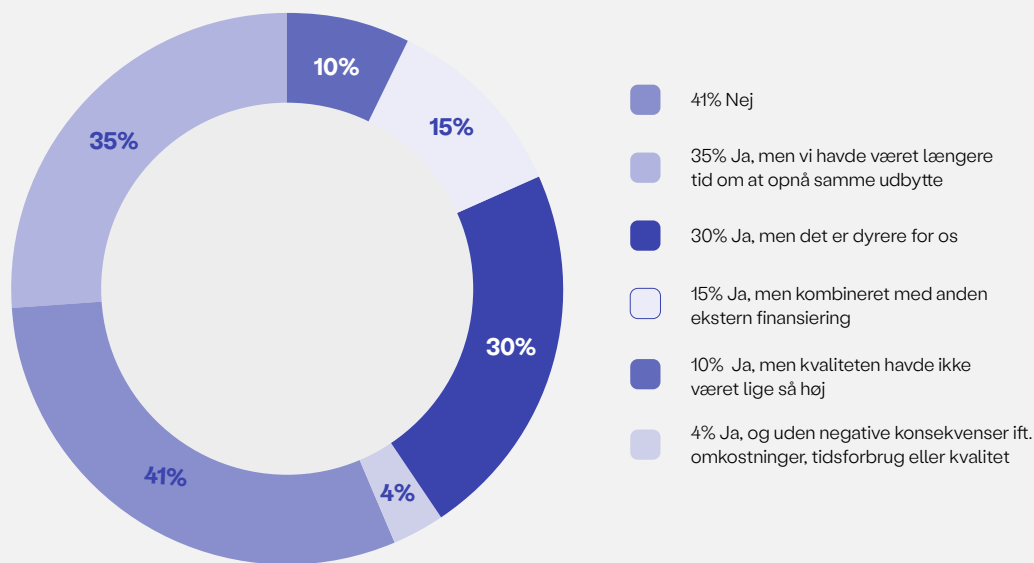
Figur 10. Konkret udbytte af projektet



Note: Figurerne bygger på besvarelser fra 96 respondenter

Virksomhederne forventer hovedsageligt (81%), at den overvejende del af det fremadrettede udbytte af projektet vil blive opnået inden for 2 år efter forløbets afslutning, mens 14% forventer, at det vil være opnået inden for 2-5 år.

Figur 11. Mulighed for samme udbytte for egne midler

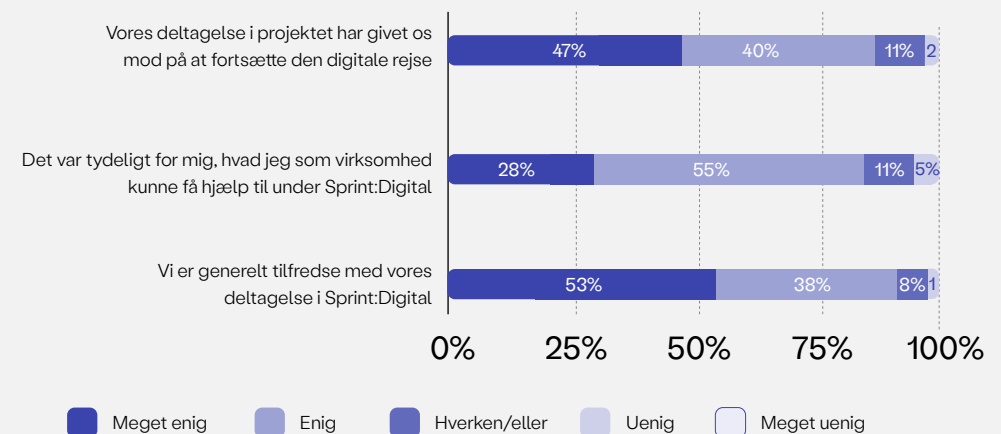


Note: Figurene bygger på besvarelser fra 112 respondenter

Virksomhederne har også vurderet, om de ville kunne have opnået samme udbytte for egne midler. 41% af virksomhederne vurderer, at de ikke selv ville kunne have opnået samme udbytte for egne midler, mens 35% ville have, mens det dog ville have taget længere tid. Kun 4% vurderer, at de kunne have opnået samme udbytte uden negative konsekvenser for ift. omkostninger, tidsforbrug eller kvalitet.

Virksomhederne er generelt meget tilfredse med deres deltagelse i projektet, og det var tydeligt for dem, hvad de kunne få hjælp til som en del af projektet. Virksomhederne vurderer også i meget høj grad, at deres deltagelse i projektet har givet dem mod på at fortsætte den digitale rejse.

Figur 12. Tilfredshed med deltagelsen i Sprint:Digital projektet



Note: Figurene bygger på besvarelser fra 92 respondenter

To tredjedele af virksomhederne oplevede ingen barrierer ved gennemførelse af projektet. De virksomheder, der oplevede barrierer for gennemførelse af projektet, peger overordnet set på fire ting:

- Manglende interne ressourcer og viden om digitalisering
- Covid-19s implikationer for virksomheden
- Behovet for ekstra ekstern hjælp efter sprintforløbet
- Udfordringer ved at komme videre til den praktiske udførelse af projektet, herunder realisering af ideen.

66 virksomheder har givet en skriftlig tilbagemelding, hvor de vurderer projektets største styrke, som de gerne ser i flere erhvervsudviklingsindsatser. Vurderingerne falder overordnet set inden for tre områder. Hele 46 virksomheder peger på projektets valg af metode og faciliteringen som projektets største styrke. Virksomhederne udtaler bl.a.:

"Desigtænkning og sprints er effektive metoder. Jeg ville gerne have været introduceret for det tidligere i mit liv som selvstændig. Det kan uden tvivl speede udviklingsprocesser rigtig godt op for iværksættere, da det produkt man arbejder med bliver helt konkret."

"Når en virksomhed er på en digital rejse, er de ikke altid klar over behov. Sprint har åbnet op for, at vi kan tænke frit og har et økonomisk råderum der tillader os det. Jeg er ikke i tvivl om, at det bringer andre opgaver med sig, som vi er klar til at betale for. Det betyder vækst for os og nye opgaver til vores partner."

"At få lavet en helt konkret afdækning af behovet for at få digitaliseret en lang række interne processer, for at frigøre det potentiale vi mener der ligger foran os. Så vi er klædt på til den "digitale rejse" vi er/skal på fremadrettet."

"Styrken er, at en lille virksomhed som vores kan få hjælp til at finde ind til kernen af det, der er værdiskabende og muligt for os inden for digitalisering."

"Fordelen er at vi hurtigt fik et godt og forankret overblik over hvilke udfordringer og opgaver vi skulle arbejde med for at styrke vores firma."

"Sprintet giver mulighed for en hel anden analyse af interne og eksterne processer vi ellers ikke havde fået øje på."

"En god facilitering og den fælles forståelse i virksomheden for behovet i løsningen set fra flere vinkler. Det giver efterfølgende motivation til at få implementeret løsningen"

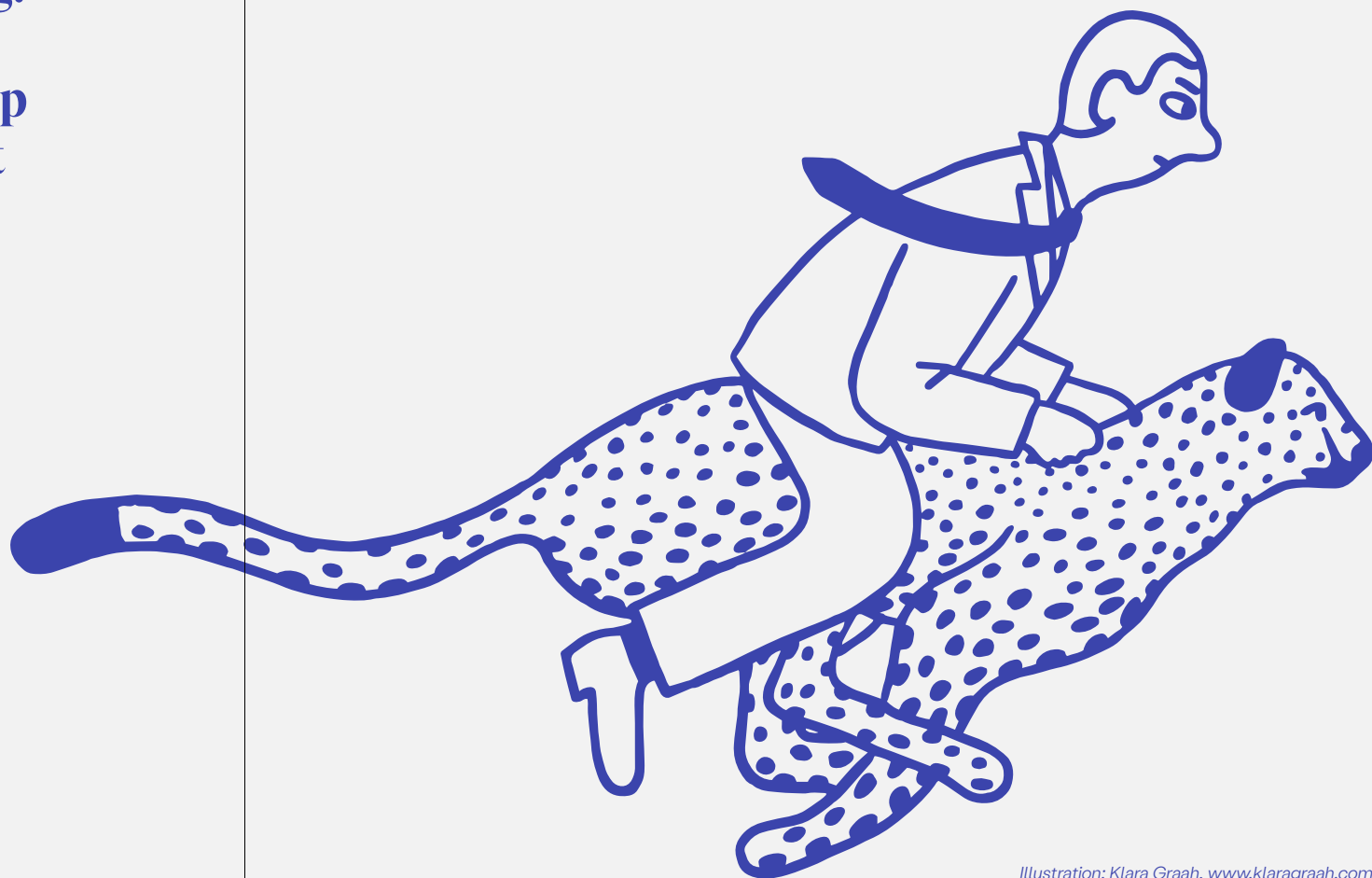
Otte virksomheder ser særligt muligheden for økonomisk støtte som den største styrke ved projektet. 11 virksomheder peger på adgangen til nye kompetencer og et eksternt blik på virksomhedens forretning som den største styrke.

Der er stor forskel på, hvor mange timer og størrelsen af den kontante investering virksomhederne har brugt som en del af projektet. Det hyppigste timeforbrug er 200 timer. Den hyppigste investering er 50.000 kr.

83 virksomheder forventer en meromsætning på baggrund af deltagelsen af Sprint:Digital. 31 sætter konkret værdi på meromsætningen, mens 52 virksomheder ikke kan estimere størrelsen på meromsætningen eller isolere den fra den samlede indsats i virksomheden.

”Designtænkning og sprints er effektive metoder. Jeg ville gerne have været introduceret for det tidligere i mit liv som selvstændig.

Det kan uden tvivl speede udviklingsprocesser rigtig godt op for iværksættere, da det produkt man arbejder med bliver helt konkret.”



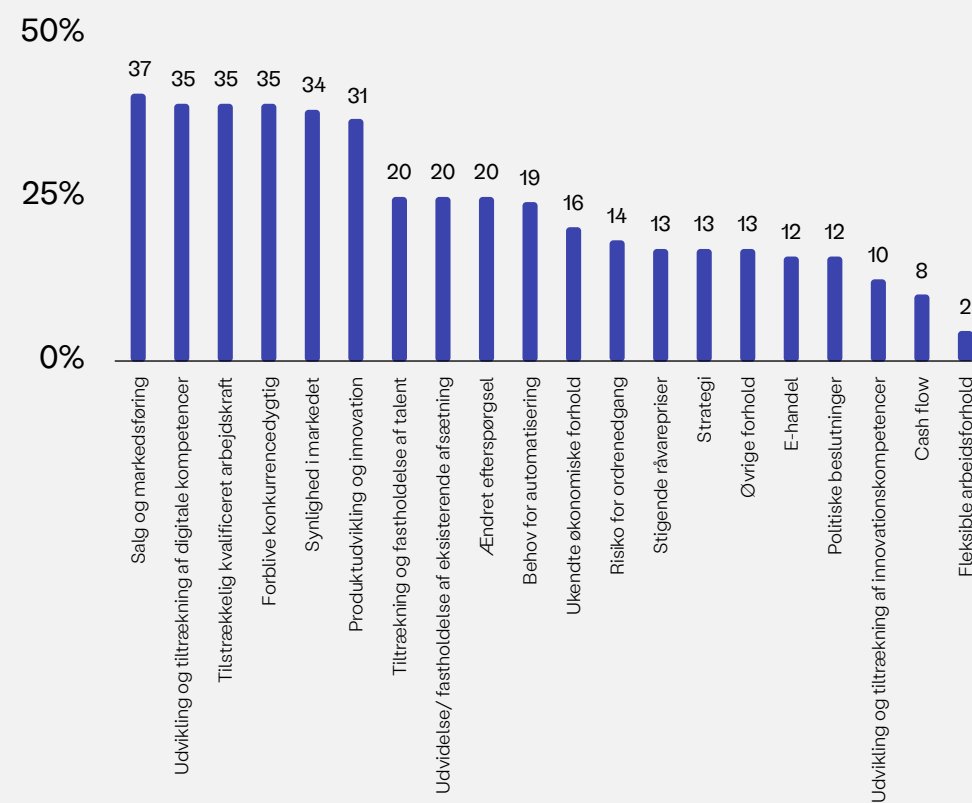
Virksomhedernes udfordringer de kommende år

Virksomhederne vurderer, at de står overfor forskellige udfordringer de kommende år. Over en tredjedel peger på seks områder:

- Salg og markedsføring
- Udvikling og tiltrækning af digitale kompetencer
- Tilstrækkelig kvalificeret arbejdskraft
- Forblive konkurrencedygtig
- Synlighed i markedet
- Produktudvikling og innovation

Cash flow og fleksible arbejdsforhold ser virksomhederne som mindre udfordrende, jf. figur 13.

Figur 13. Virksomhedernes udfordringer de kommende år



Note: Figurerne bygger på besvarelser fra 99 respondenter

Er du interesseret i at arbejde med sprintmetoden, kan du kontakte følgende designbureauer, der har bistået med digitalisering i projektet:

Artlinco
Design Concern AS
Designit
design-people
Developa
EGGS Design
/et al
Flip Studio
Flying October
Futu
Gejst Studio
Implement Consulting Group
Innovation Lab, København
Lead the Talent
Permanent Beta
Regndans
Tokerød +

Sprint:Digital er finansieret af og er blevet til i samarbejde med Erhvervsministeriet og Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse.