

# GOOGLE VENTURE DESIGN SPRINT

## MIN PROCES

# MANDAG

## DEFINER LANGSITET MÅL

Langsigtet mål: En højere brand awareness blandt private som har bil.

Højere engagement rate på sociale medier

Positionere Aksel.nu som førende indenfor private bilhandler (det skal være det første folk tænker på, når de skal sælge eller købe private biler) (top of mind)

Tidsramme 6-12 måneder.

## DEFINER RISICI OG UDFORDRINGER

Vær pessimistisk. spørg: "Hvordan kan vi fejle?"

- Vi laver generisk indhold.
- Vi laver indhold, der appellerer til et andet stadie i markedsførings-tragten.
- Hvis vi målretter os mod nogle der ikke har en bil
- For mange komplekse budskaber – Hvis der er for mange komplicerede kampagner eller budskaber på én gang, risikerer man, at kommunikationen bliver rodet. Publikum kan blive forvirrede over, hvad Aksel.nu præcist tilbyder, og miste interessen.
- Mangel på differentiering – Hvis Aksel's branding eller indhold ikke klart adskiller sig fra konkurrenterne, kan det være svært at få gennemslagskraft i markedet. Risikoen er, at kunderne ser Aksel som "bare endnu en bilplatform," og går videre til mere kendte eller spændende alternativer.
- Fokus på irrelevante metrics – Hvis der fokuseres for meget på likes, impressions eller rækkevidde uden engagement eller handlinger, kan vi fejlagtigt tro, at kampagnerne virker. Risikoen her er, at det kun skaber en overfladisk tilstedeværelse uden reelle kunder eller salg.
- Overeksponering og annonce-træthed – For meget annoncering til det samme publikum kan føre til annonce-træthed, hvor potentielle kunder begynder at ignorere eller blive irriterede over budskaberne, hvilket kan skade Aksel's brand image.

## KORTLÆGGE KUNDEREJSEN



# "HOW MIGHT WE" NOTES



## - Højere brand awareness blandt private, der ejer biler:

- Hvordan kan vi forbedre kendskabsgraden for Aksel.nu blandt alle private bilejere i Danmark?
- Hvordan kan vi gøre det lettere for kunder at forstå, hvorfor Aksel.nu er den bedste platform til at købe og sælge biler privat?
- Hvordan kan vi positionere Aksel.nu som den mest pålidelige og brugervenlige platform til private bilhandler?
- Hvordan kan vi bruge storytelling og brugeranmeldelser til at øge Aksel.nus synlighed og tiltrække flere private kunder?

## - Højere engagement rate på sociale medier:

- Hvordan kan vi skabe engagerende indhold på sociale medier, der taler direkte til de behov og ønsker, som private bilister har?
- Hvordan kan vi skabe et socialt mediefællesskab, hvor bilister kan dele erfaringer, råd og anbefalinger om køb og salg af biler?

## - Højere engagement rate på sociale medier:

- Hvordan kan vi skabe engagerende indhold på sociale medier, der taler direkte til de behov og ønsker, som private bilister har?
- Hvordan kan vi skabe et socialt mediefællesskab, hvor bilister kan dele erfaringer, råd og anbefalinger om køb og salg af biler?
- Hvordan kan vi bruge interaktive funktioner (f.eks. polls, quizzes, giveaways) til at få vores følgere på sociale medier til at engagere sig mere med Aksel.nu?

## - Positionere Aksel.nu som førende indenfor private bilhandler (top of mind):

- Hvordan kan vi skabe en følelsesmæssig forbindelse med kunderne, så Aksel.nu bliver deres førstevalg, når de tænker på bilkøb og -salg?
- Hvordan kan vi udvikle partnerskaber eller samarbejder, der kan øge Aksel.nus synlighed og gøre os til den første platform, folk tænker på?
- Hvordan kan vi tilbyde værktøjer og services, der gør Aksel.nu uundværlig for private bilkøbere og sælgere?

## - Tidsramme på 6-12 måneder:

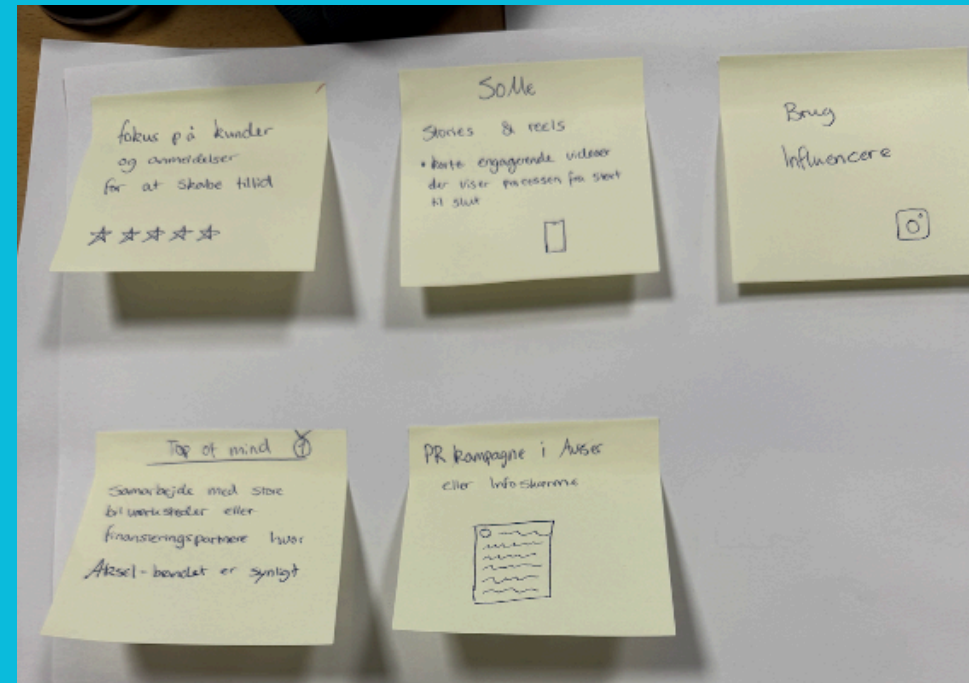
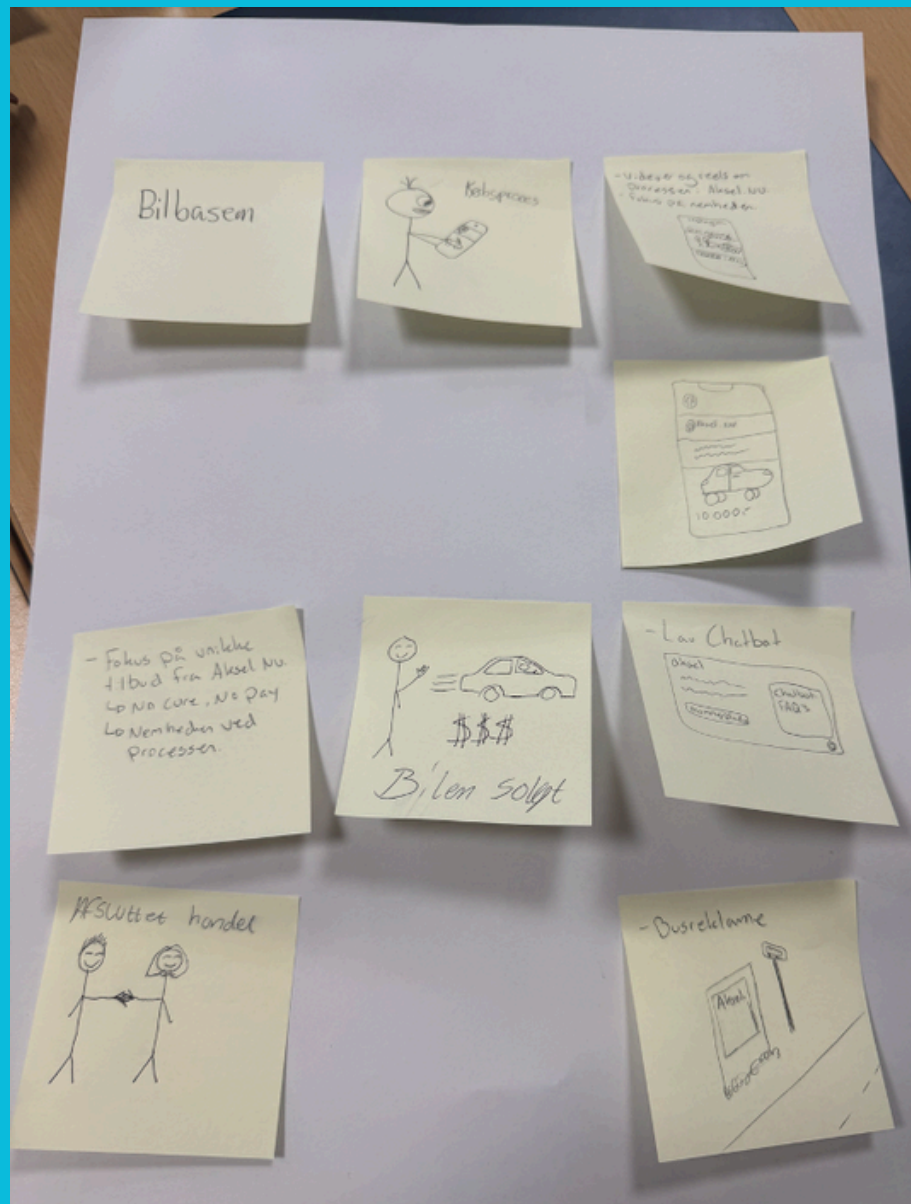
- Hvordan kan vi hurtigt skalere vores markedsføring, så Aksel.nu bliver et husstandsnavn for private bilkøbere og -sælgere?
- Hvordan kan vi skabe en hurtig vækst i vores sociale medier-følgerbase, der konverterer til reelle bilkøb og -salg?
- Hvordan kan vi opbygge et fællesskab af ambassadører, der hurtigt kan hjælpe med at sprede kendskabet til Aksel.nu blandt deres netværk?"



# TIRSDAG

## LIGHTNING DEMOS

## DIVIDE OR SWARM?



Vi har valgt at "swarme". Det har vi gjort fordi:

- Fokus på kvalitet frem for kvantitet
  - Når hele teamet arbejder sammen på én løsning, kan I koncentrere alle jeres ressourcer og kompetencer om at gøre denne idé så stærk som muligt.
  - Det giver mulighed for at gå mere i dybden med detaljerne og sikre, at løsningen adresserer problemet grundigt.
- Styrker samarbejdet
  - At samle teamet om én løsning skaber en fælles forståelse og ejerskab, hvilket kan føre til en mere gennemtænkt og veludviklet prototype.
  - Teamet kan hurtigt dele idéer, justere storyboardet og løse problemer i fællesskab, uden at skulle koordinere på tværs af flere separate projekter.
- Effektiv tidsudnyttelse
  - I undgår at bruge tid på at arbejde på flere forskellige løsninger, som måske alligevel ikke alle er lige stærke eller relevante.
  - Swarm-metoden sikrer, at jeres tid og ressourcer bruges der, hvor I ser det største potentiale for at løse problemet.
- Klarhed i brugerfeedback
  - At teste én stærk løsning gør det nemmere at få klar og specifik feedback fra brugerne, hvilket er afgørende for næste trin i sprinten.
  - Hvis I tester flere løsninger, kan feedbacken blive spredt ud eller forvirrende, hvilket kan gøre det sværere at tage en endelig beslutning.



# THE FOUR STEP SKETCH

## 1. Notes

### Kundebehov og udfordringer:

1. Mange kunder frygter skjulte fejl i brugte biler – hvordan kan vi skabe tillid?
2. Behov for gennemsigtighed om bilens historie (tidligere ejere, skader, service).
3. Pris sammenlignes ofte med konkurrenter – hvordan differentierer vi os?
4. Nogle kunder ønsker fleksible finansieringsmuligheder.

### Muligheder for forbedringer:

1. Introducér en "Tryghedspakke" med garanti og gratis inspektion i en periode.
2. Tilbyd en digital servicehistorik til kunder for nem adgang til bilens data.
3. Udvikl en brugervenlig online platform til bilsøgning med tydelige søgefiltre.
4. Lav videoer eller VR-gennemgange af bilerne, så kunder kan se dem hjemmefra.

### Konkurrenter:

1. Hvordan skiller Aksel sig ud fra kæder som Biltorvet eller Bilbasen?
2. Konkurrenterne fremhæver lave priser – kan Aksel fokusere mere på kvalitet eller unikke services?

### Marketing og branding:

1. Historier fra tilfredse kunder kan bruges som troværdighedsbevis (Trustpilot eller case-studies).
2. Giv Aksel en mere personlig stemme på sociale medier – vis medarbejderne og deres passion for biler.
3. Fokus på miljøvenlighed – brugte biler er mere bæredygtige end at købe nyt.

### Teknologi og proces:

1. Implementér AI-værktøjer til prisvurdering og kundetilpassede anbefalinger.
2. Effektiv logistik – hvordan gør vi klargøring og levering endnu hurtigere?

## 2. Ideas

De gule sticky notes på billederne nedenfor

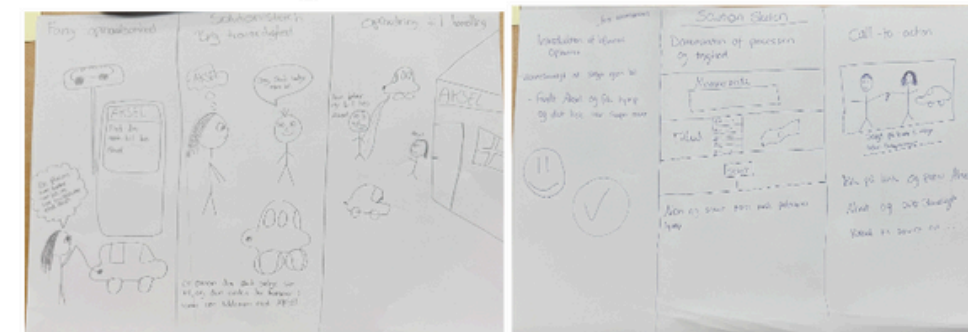
## 3. Crazy 8's



## 4. Solution sketches:

Solution Sketch er en vigtig del af GV Design Sprint, fordi det omsætter idéer til konkrete løsninger, der kan forstås og vurderes visuelt. Her er nogle grunde til, hvorfor dette trin er essentielt:

- a. Klarhed og fokus
- b. Kommunikation af idéer
- c. Forbereder til brugerfeedback
- d. Objektivitet
- e. Fremmer kreativitet og innovation



# ONSDAG

## BESLUTNINGER

### Sticky decision:

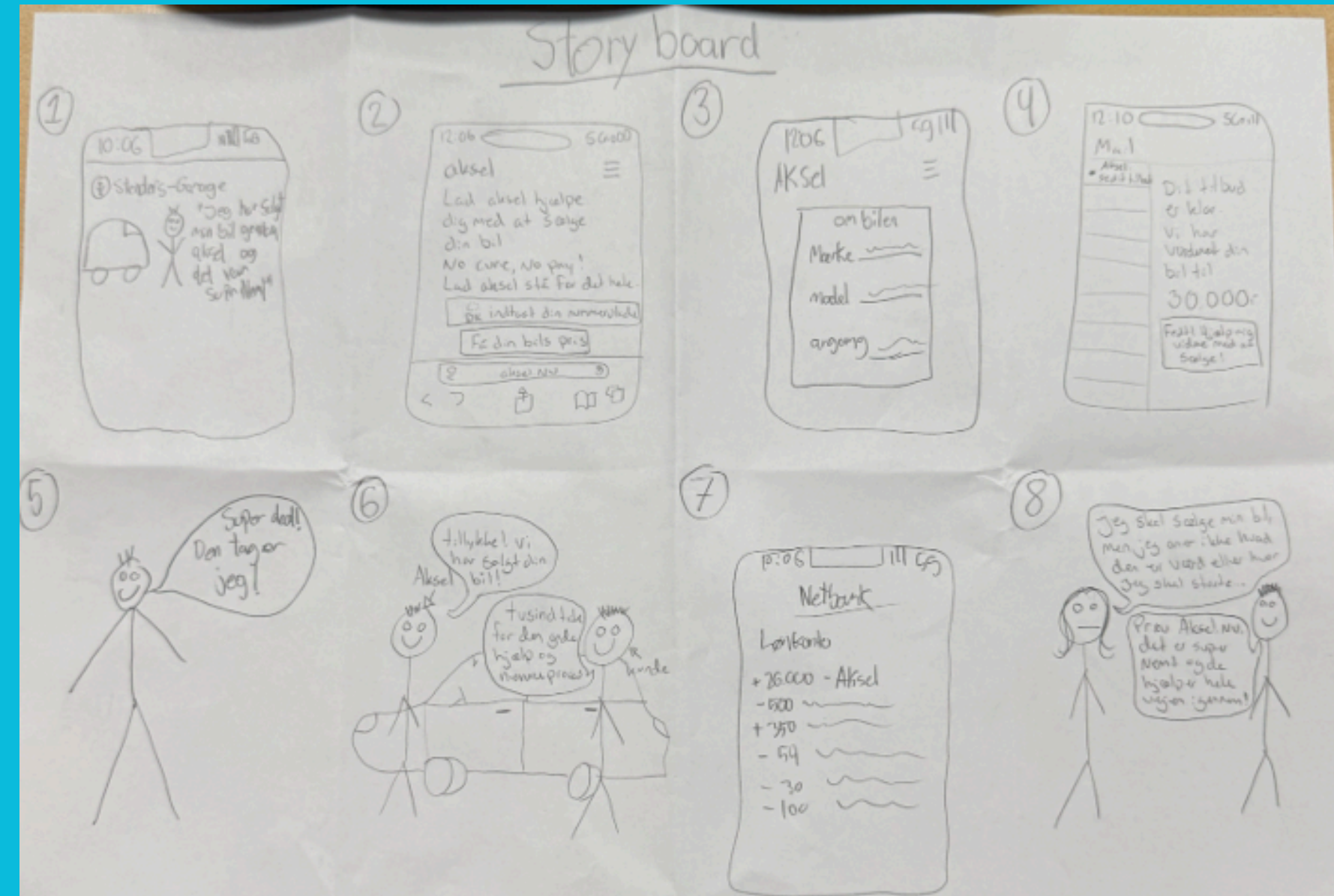
- De to mest populære var den med annoncering og den med influencere.

### Sorter vinderne fra "maybe-laters":

- Vi sorterede den med de fysiske reklamer fra.

### Rumble or all in one:

- Vi besluttede at kombinere de to favoritter til en prototype.



## STORYBOARD



# TORSDAG

## VALG AF INFLUENCER

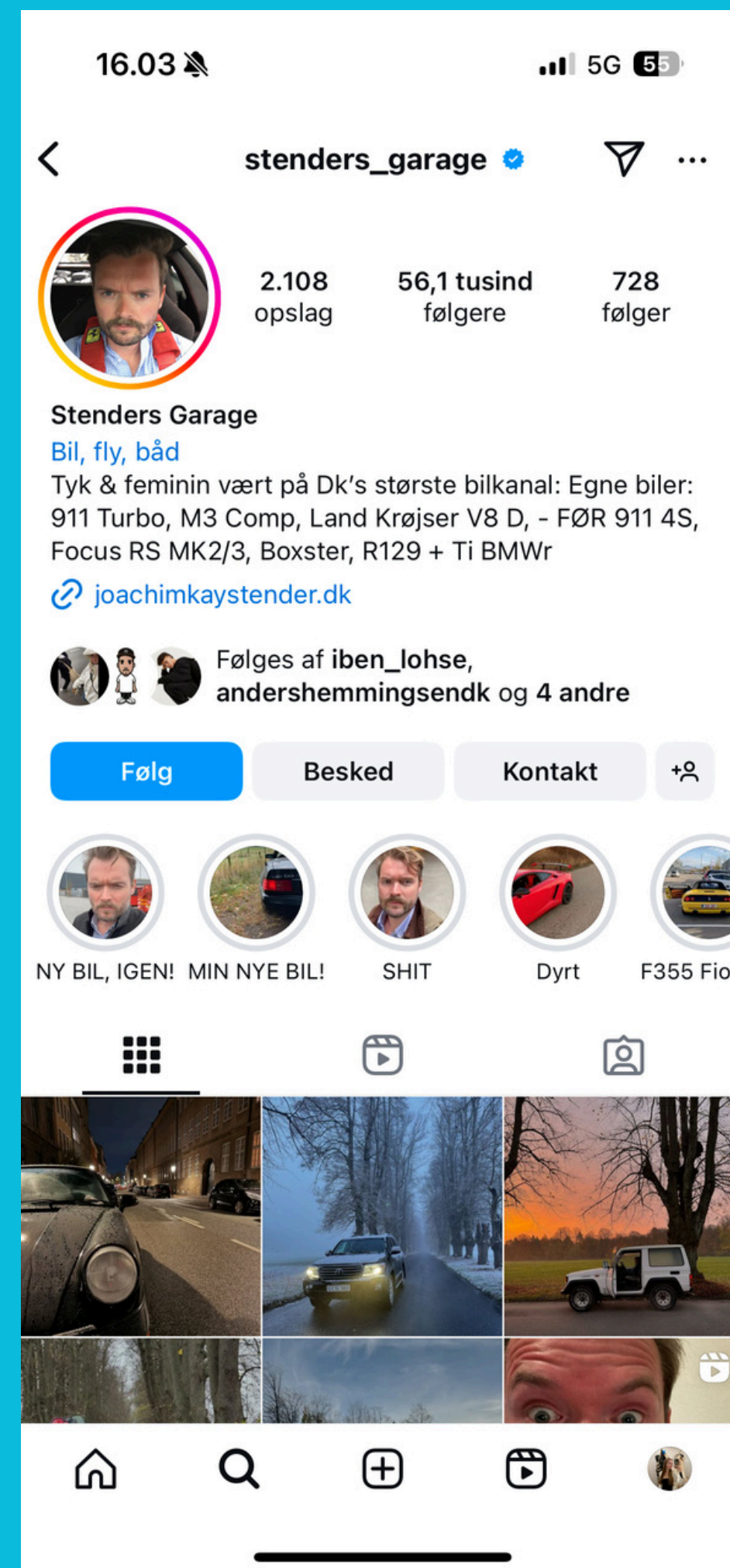
### Influencer 1: Stenders Garage

[https://www.instagram.com/stenders\\_garage/](https://www.instagram.com/stenders_garage/)

Stenders Garage er en populær dansk bil-influencer, der er kendt for at skabe engagerende og humoristisk indhold om biler og bilkultur. Kanalen har over 55.000 følgere på Instagram og skiller sig ud ved at blande humor med praktiske råd og underholdning relateret til biler. Stenders Garage fokuserer ikke kun på den tekniske side af biler, men gør indholdet tilgængeligt og sjovt for et bredt publikum, også for dem, der måske ikke er bilentusiaster, men som har interesse i bilens livsstil og ejerskab

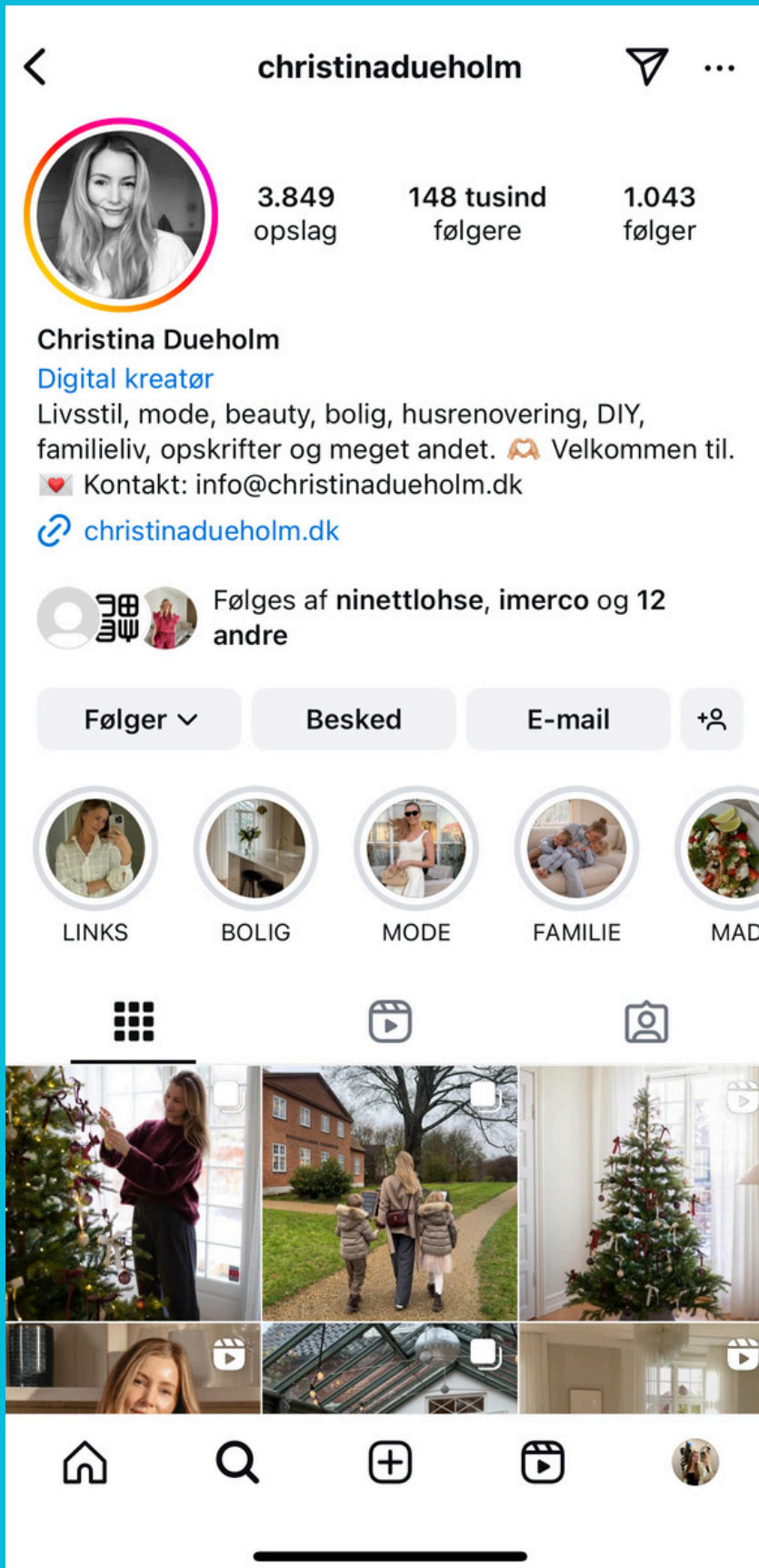
### Hvorfor ham?

Stenders Garage kunne være en god influencer at samarbejde med for Aksel, da han appellerer til en bred målgruppe, inklusive almindelige mennesker, som på et tidspunkt vil have brug for at sælge deres bil. Ved at bruge humor og forenkle bilrelaterede processer, kunne han hjælpe med at positionere Aksel som en venlig og tilgængelig platform for dem, der skal sælge deres bil. Samarbejdet kunne øge Aksels brand awareness og skabe tillid blandt et større og mere varieret publikum.





# VALG AF INFLUENCER



## Influencer 2: Christina Dueholm

<https://www.instagram.com/christinadueholm/>

Christina Dueholm er en dansk livsstilsblogger og influencer med over 145.000 følgere. På hendes blog og sociale medier deler hun indhold om personlig stil, boligindretning, mad, rejser og DIY-projekter. Christina er kendt for at skabe kvalitetsindhold og engagerer sin primært kvindelige målgruppe, som kan være interesseret i at sælge deres bil.

### Hvorfor hende?

Med hendes brede rækkevidde og autentiske tilgang kunne hun være en effektiv influencer for Aksel, da hun appellerer til almindelige kvinder, som måske ikke har fokus på biler, men som vil værdsætte en enkel og tryk salgsproces



# FORSLAG TIL SOME OPSLAG



Sælger du din bil? Her er 3 grunde til at bruge Aksel.nu!

- ✓ Nemt: Upload din bil på få minutter
- ✓ Sikkert: Vi sørger for en tryk handel
- ⌚ Hurtigt: Solgt på få dage!



Caption:

🚗💡 **Min bil er solgt – og det var SÅ nemt!** 💕

Jeg har altid haft lidt ængstelse ved at sælge min bil privat, men takket være **Aksel.nu** var hele processen super hurtig og problemfri. Jeg kunne sætte min bil til salg på få minutter, og de sørgede for, at alt var sikkert – både for mig og køberen! 🙌

Jeg er så glad for, at jeg valgte Aksel, og det har været en stor lettelse at få solgt bilen på så kort tid. Hvis du også står og kigger på at sælge din bil, så kan jeg varmt anbefale Aksel. Det er både nemt, hurtigt og trygt! 🏡🌟

🌟 **BONUS:** Når du vælger Aksel, kan du få en rabatkode hos deres samarbejdspartnere – win-win! 🎉

#Aksel #SælgDinBil #TrygtOgSikkert #Rabatter #NemBilhandel #BilSalg #SmartValg



# MANUSKRIPT TIL INFLUENCER

## Script til Influencer: Hvordan du kan reklamere for Aksel

Hej [Influencers navn],

Vi er så glade for, at du er interesseret i at samarbejde med Aksel! Vi har en fantastisk mulighed for at hjælpe dine følgere, som måske overvejer at sælge deres bil. Vi vil gerne, at du præsenterer Aksel som en pålidelig og enkel løsning for dem, der vil sælge deres bil hurtigt og uden besvær.

Her er, hvordan du kan reklamere for Aksel:

### 1. Start med at dele din egen oplevelse med Aksel

- Begynd med at fortælle om, hvordan Aksel hjælper folk med at få en fair pris for deres bil, uden skjulte gebyrer eller komplikationer.
- Eksempel på script:  
*"Hej venner, jeg har lige haft en fantastisk oplevelse med at sælge min bil gennem Aksel. Det var så nemt! Jeg kunne få en prisvurdering online, og hele processen var både hurtig og stressfri. Hvis du har en bil, du vil sælge, så anbefaler jeg virkelig Aksel!"*

### 2. Forklar processen

- Del hvordan Aksel fungerer: Kunden besøger hjemmesiden, indtaster bilens oplysninger, modtager en prisvurdering og får hurtigt penge på kontoen, når de accepterer tilbuddet.
- Eksempel på script:  
*"Det bedste ved Aksel er, at de gør alt arbejde for dig. Du går bare ind på deres hjemmeside, indtaster oplysninger om din bil, og du får en prisvurdering med det samme. Hvis du er glad for prisen, kan du acceptere tilbuddet, og pengene er på din konto – helt uden besvær."*

### 3. Henvend dig direkte til følgerne, der kunne have brug for at sælge deres bil

- Opfordr dine følgere til at overveje Aksel, hvis de har en bil, de vil sælge. Brug en Call-to-Action (CTA) som motiverer dem til at tage skridtet.
- Eksempel på script:  
*"Kender du nogen, der overvejer at sælge deres bil? Eller måske har du en bil, du ikke bruger længere? Jeg kan varmt anbefale Aksel – de gør det hurtigt, nemt og stressfrit at få en fair pris. Besøg deres hjemmeside for at få din vurdering i dag!"*

### 4. Del en særlig rabatkode eller tilbud

- Hvis der er nogen rabat eller specielt tilbud, som kan give følgerne ekstra incitament, så del det.
- Eksempel på script:  
*"Og hvis du beslutter dig for at sælge din bil gennem Aksel, så husk at bruge min rabatkode [RABATKODE] for at få ekstra værdi. Det er virkelig nemt!"*

### 5. Brug hashtags og tag Aksel

- Sørg for at bruge relevante hashtags og tag Aksel i dine opslag for at gøre det nemt for både dine følgere og Aksel at finde og dele indholdet.
- Eksempler på hashtags:  
*#SælgDinBil #AkselSælgerBiler #FairVurdering #BilSalg #Aksel #NemBilSalg*  
Tag: @Aksel.dk

### 6. Afslut med at opfordre til handling

- Mind dine følgere om, at de kan tage det første skridt mod at sælge deres bil via Aksel.
- Eksempel på afslutning:  
*"Så hvad venter du på? Hvis du har en bil, du vil sælge, så gør som jeg og gå til Aksel.dk for at få din prisvurdering nu. Det er hurtigere, lettere og mere pålideligt end du tror!"*





# SCRIPT TIL INTERVIEW



## Spørgsmål:

### 1. Erfaring med influencere:

- **Interviewer:** Har du tidligere købt eller overvejet at købe noget baseret på anbefalinger fra en influencer? Hvad gjorde indtryk på dig, og hvorfor stoler du på deres anbefalinger?

### 2. Hvordan påvirker influencerens troværdighed:

- **Interviewer:** Hvis du så en influencer på sociale medier, som anbefalede Aksel som en platform til at sælge din bil, hvordan ville det påvirke din beslutning om at bruge Aksel? Ville det gøre dig mere tryk ved at bruge tjenesten?

### 3. Kundens første indtryk:

- **Interviewer:** Forestil dig, at en influencer som du følger, laver et opslag om, hvordan nemt og hurtigt de solgte deres bil gennem Aksel. Hvad er dine første tanker, når du ser det opslag?
  - Hvordan reagerer du på, at de bruger Aksel som platform til at sælge deres bil?

### 4. Forholdet mellem influencerens anbefaling og din beslutning:

- **Interviewer:** Hvis influencerens anbefaling af Aksel lyder overbevisende, men du aldrig har hørt om Aksel før, hvad ville du gøre for at undersøge platformen nærmere?
  - Ville du være villig til at besøge hjemmesiden og prøve at få en vurdering af din bil, eller ville du først vente på at høre mere fra andre, der har brugt platformen?

### 5. Opfattelse af brandet Aksel via influencere:

- **Interviewer:** Hvordan tror du, at influencere kan hjælpe med at gøre Aksel mere attraktiv for personer, der ønsker at sælge deres bil?
  - Hvilken type influencer vil du have tillid til i forbindelse med en bilsalgstjeneste som Aksel?

### 6. Følelsesmæssig påvirkning:

- **Interviewer:** Hvad tror du er de vigtigste elementer i influencerens opslag, som kan få dig til at føle, at Aksel er en god og pålidelig platform at bruge til at sælge din bil?
  - Er det testimonials fra influencerens egen oplevelse, gennemsigtighed i prissætning eller noget andet?

### 7. Opfordring til handling:

- **Interviewer:** Hvis influenceren i deres opslag opfordrer dig til at bruge Aksel med en rabatkode eller et andet incitament, ville det få dig til at handle hurtigere?
  - Hvordan påvirker sådan en opfordring din beslutning om at tage næste skridt?

### 8. Fokus på salgsprocessen via influencerens perspektiv:

- **Interviewer:** Når influencerens opslag viser deres egen oplevelse med at få en vurdering og sælge deres bil via Aksel, hvordan vil det påvirke din opfattelse af selve salgsprocessen?
  - Ville du føle, at Aksel er en hurtig og simpel løsning baseret på influencerens oplevelse?

### 9. Forbedringer og forslag til influencerens rolle:

- **Interviewer:** Er der noget, influencerens indhold kan gøre bedre for at få dig til at stole endnu mere på Aksel som en løsning til at sælge din bil?
  - Er der noget, influencerens opslag kunne indeholde, der ville gøre dig mere tilbøjelig til at bruge Aksel?

# FREDAG

## IDA

IDA VAR ÅBEN FOR AT ET SAMARBEJDE MED EN INFLUENCER KUNNE SÆTTE GANG I HENDES TANKER OM AT SÆLGE SIN BIL GENNEM AKSEL.NU. HUN VILLE OGSÅ SELV GÅ IND OG TJEKKE DERES HJEMMESIDE UD, MEN HUN FINDER TIT INSPIRATION HOS INFLUENCERE.

HUN SYNES DET ER VIGTIGT AT INFUENTERNE LÆGGER STOR VÆGT PÅ DEN NEMME PROCES AKSEL.NU GIVER, DA HUN IKKE SELV ER DEN STORE BILENTUSIAST, OG DERFOR SÆTTER PRIS PÅ NEMHEDEN.

## TINO

TINO VAR MEGET KRITISK, DA HAN IKKE STOLER PÅ INFLUENCERS. DER SKAL RIGTIG MEGET TIL, FOR AT HAN KUNNE FINDE PÅ AT SÆLGE SIN BIL BASERET PÅ HVAD EN INFLUENCER HAR SAGT.

HAN VILLE DOG STOLE MERE PÅ DEN MANDLIGE INFLUENCER, DA DET VIRKER MERE NATURLIGT AT HAN SAMARBEJDER MED EN BILFORHANDLER, OGSÅ GRUNDET HANS NORMALE INDHOLD HVOR HAN VISER STOR VIDEN OM BILER.