

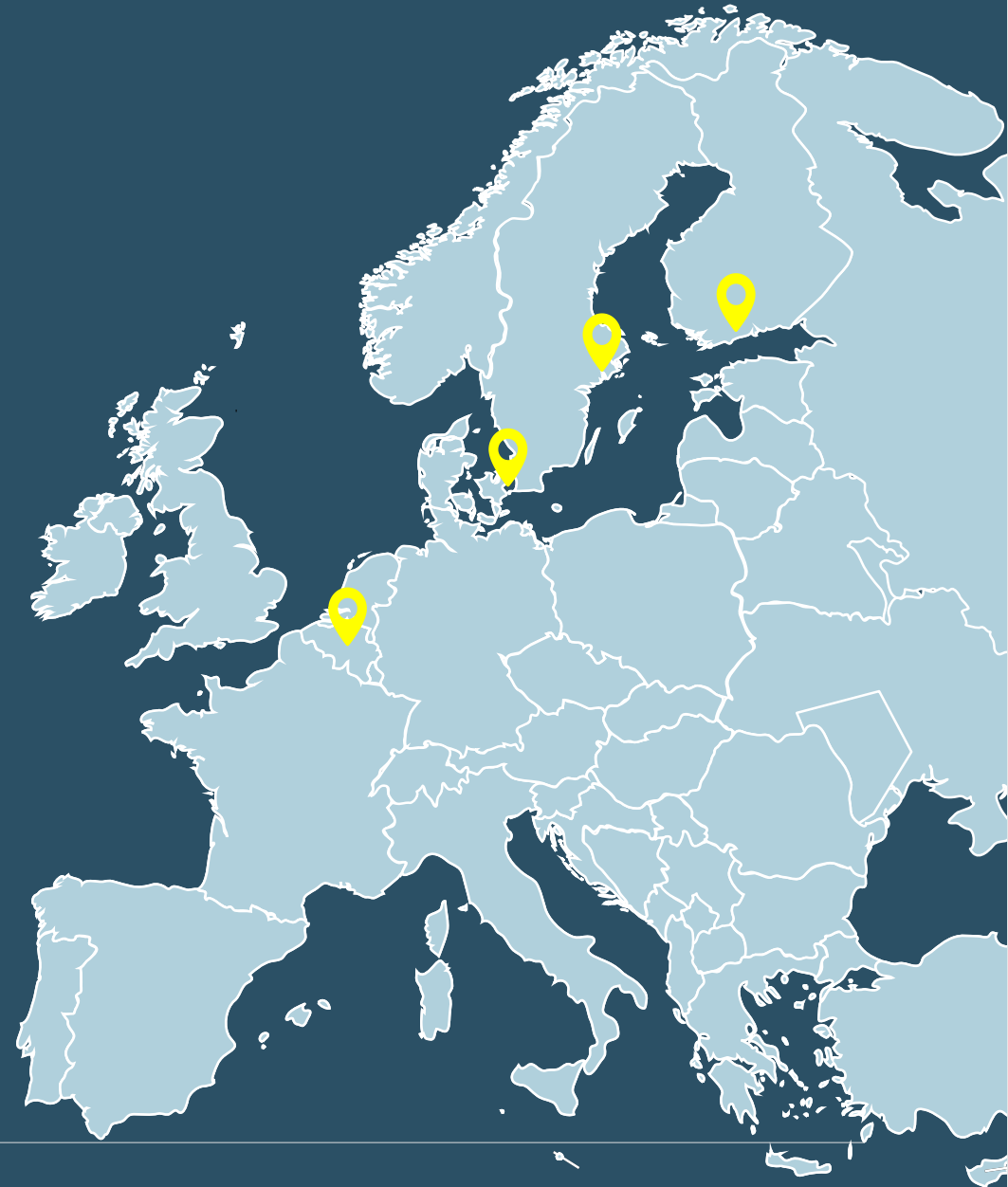
# FORRETNING GENNEM PARTNERSKABER

A close-up photograph of two hands shaking, symbolizing partnership or agreement. The hands are positioned in the lower half of the frame, with the fingers interlaced. The skin tone is light, and the background is a plain, light grey.

Christian Jervelund, Managing Partner i Copenhagen Economics  
16. september 2020

# Hard Facts om Copenhagen Economics

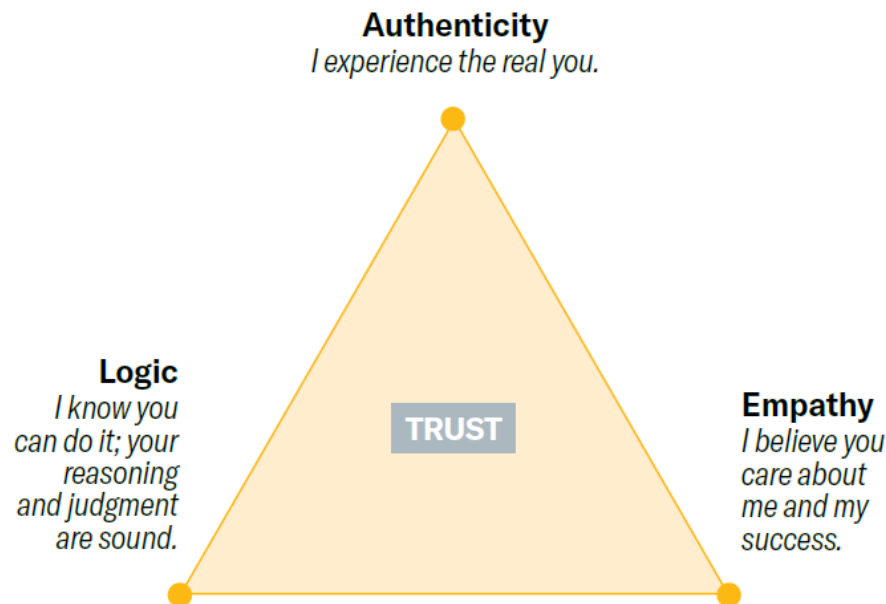
- Etableret i 2000
- Kontorer i København, Stockholm, Helsinki og Bruxelles
- Specialiseret i samfundsøkonomi: Economics
- 90+ medarbejdere, Ph.D. eller M.Sc. i økonomi
- Mange nationaliteter: Danskere, svenske, finner, tyskere, italienere, litauere, rumæner, amerikanere, ungarere, hviderussere, australiere, kroater, marokkanere, nordmænd, hollændere, portugisere, filippinere, spaniere, irere
- Partnerejet, seks partnere



# Hvordan skaber man tillid i partnerskaber?

## The Trust Triangle

Trust has three drivers: authenticity, logic, and empathy. When trust is lost, it can almost always be traced back to a breakdown in one of them. To build trust as a leader, you first need to figure out which driver you “wobble” on.



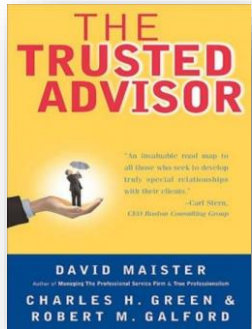
Kilde: Harvard Business Review May-June 2020, "Begin with Trust", <https://hbr.org/2020/05/begin-with-trust>

## Øvelse i hvordan du oftest skaber mistillid

- Tænk på en situation, hvor du ikke modtog den tillid, du forventede.
- Hvilken del af 'the trust triangle' levede du ikke op til i situationen?
- Tænk nu tilbage på 3-4 situationer, hvor du ikke fik skabt den nødvendige tillid. Er der en parameter fra 'the trust triangle' du ikke har levet op til gentagne gange?
- Hvis det skyldes mangel på **empathy** så vær opmærksom på din energi i møder. Tag ansvar for at drive mødet fremad, og sørg for ikke at miste interessen. Læg din telefon og computer væk.
- Hvis det skyldes mangel på **logic** så vær opmærksom på kun at udtale dig om det, du er sikker på.
- Hvis det skyldes mangel på **authenticity** så vær opmærksom på ikke holde din personlighed tilbage. Del når der er mulighed for det.

Kilde: Copenhagen Economics baseret på Harvard Business Review May-June 2020, "Begin with Trust", <https://hbr.org/2020/05/begin-with-trust>

# Hvordan skaber man tillid fra kunden?



$$T = \frac{C + R + I}{S}$$

**T:** Trustworthiness

**C:** Credibility. Troværdig. Handler om de ord, du siger. Har du høj credibility, stoler folk på, hvad du siger

**R:** Reliability. Pålidelig. Handler om det, du gør. Har du høj reliability, stoler folk på, at du gør som lovet.

**I:** Intimacy. Fortrolig, nærvær. Handler om den tillid, du føler, når du overlader opgaver til andre. Har du høj intimacy, er du tryk ved at overlade opgaver til andre

**S:** Self-orientation handler om dit fokus. Har du høj self-orientation, stoler folk ikke på, at du har deres interesser på hjerte.

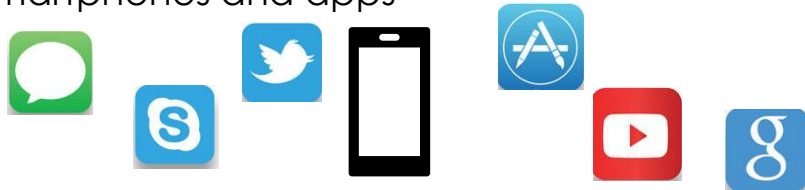
*Kilde: David Meisters trust equation fra "The Trusted Advisor"*

# Virksomhedens succes kan afhænge af partnerskaber med andre virksomheder

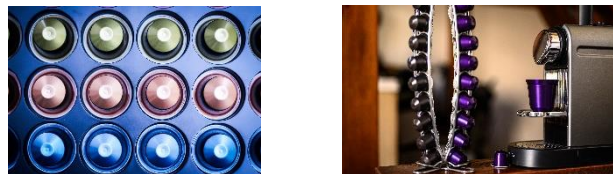
**Eksempler på virksomheder, der har indgået succesfulde partnerskaber**

In ecosystem competition, success is as much about helping other firms innovate as it is about being innovative yourself.

Smartphones and apps



Nespresso capsules and machines



**Havnen i Nuuk som platform for turismeoperatører**

**VISITOR CENTRE  
SIKUKI NUUK  
HARBOUR**



*Kilde: Harvard Business Review September-October 2019, "In the Ecosystem Economy, What's Your Strategy?"*

# Hvordan kan man skabe digitale partnerskaber med sine kunder? IoT



Otis ONE brings you and your passengers the next generation of service. It transforms your elevator experience, building change on the foundations of our historic data and using the huge potential of the internet of things (IoT).

# IoT-princippet

## Hvad kan IoT?

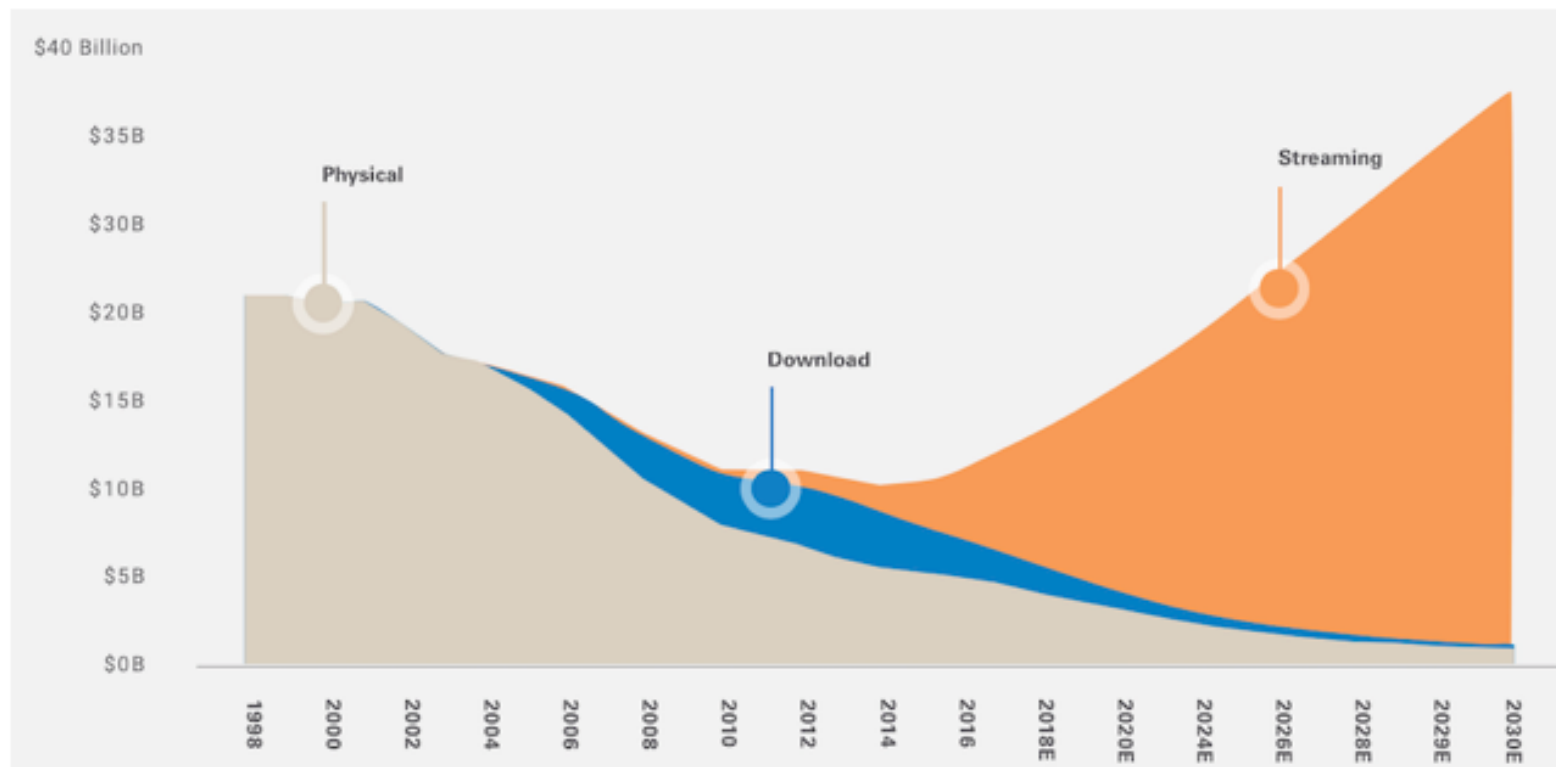
- Otis ONE benytter IoT til at forbedre kundernes oplevelse af elevatorer gennem anvendelse af data og IoT.
- Vestas Blade Management har udviklet algoritmer, som får turbinen til at træffe bedre beslutninger og blive mere effektiv.
- CAT benytter IoT til at tilbyde 'technology enabled services', der fx kan forudsige, hvornår en maskine har behov for vedligehold.

## Hvordan kan du benytte dig af IoT?

- Tænk på IoT på en abstrakt måde – som en 'sensor' der kan give dig et konstant datafeed om dit produkt eller kunde, så du kan forbedre dit produkt.
- Tænk på et nyligt projekt eller kunde, hvor du gerne ville installere 'sensorer' på projektet/kunden.
  - Hvordan kan de øge din interaktion med kunden?
  - Hvordan kan datafeedet styrke værdien for din kunde?
  - Overvej hvordan du kan blive mere proaktiv og i stand til at forudsige.

# Streaming og subscription services stiger

**Goldman Sachs forudsiger, at den globale omsætning fra streaming stiger til over 30 milliarder USD i 2030**





# Hvilke gevinster ved en subscription service?

- Med abonnementer bliver indtjeningen mere forudsigelig.
- Der er mulighed for at reducere salgsomkostningerne.
- Der er øget sandsynlighed for, at du kan beholde kunder længe.
- Der er mindre risiko for kunder – de skal betale flere mindre beløb i stedet for ét stort beløb.
- Der er mulighed for at skabe en bedre og dybere kontakt til kunder.
- Virksomhedens fokus ændrer sig: Fra at købe en varmtvandsbeholder til at købe varmt vand. Eller fra at købe en fælde til skadedyr til at sikre at man aldrig oplever dem.

Kilde: HBR podcast, <https://hbr.org/podcast/2020/07/every-business-can-be-a-subscription-business>

# Hvordan kan du skabe en subscription service?

- På hvilke områder kan abonnementer hjælpe din virksomhed ved fx at reducere salgsomkostninger eller skabe et bedre forhold til kunder?
- Kan din virksomhed tilbyde en portefølje af services frem for et enkelt projekt eller produkt?
- Kan din virksomhed benytte data i højere grad til at forudsige kunders efterspørgsel?
- Hvordan ville du sælge en servicekontrakt over flere år til vindturbiner? Hvad er det tilsvarende til en vindturbine for dig og din virksomhed?
- HBR podcast "Every Business Can Be a Subscription Business" beskriver fænomenet nærmere. Se <https://hbr.org/podcast/2020/07/every-business-can-be-a-subscription-business>

*Kilde: Copenhagen Economics baseret på HBR podcast, <https://hbr.org/podcast/2020/07/every-business-can-be-a-subscription-business>*

# Måske skal du gå i partnerskab med én der er god til data og sensorer?

## Eksempler på strategiske tech-partnerskaber



**Bain & Company and OPEXEngine**  
are pleased to announce a global strategic partnership deploying world class benchmarking to deliver transformative results for Software clients.

**OPEXEngine**

**NICE and BCG Form Strategic Partnership to Generate Deeper Insights into Omnichannel Customer Behavior**

Collaboration between leading software solutions provider and top management consultancy will allow both firms to deliver superior big-data insights that create competitive advantage for clients

**Sapience Analytics announces a global strategic partnership with McKinsey Solutions' Horizon360**

## CONTACT

Christian Jervelund  
[cj@copenhageneconomics.com](mailto:cj@copenhageneconomics.com)

Copenhagen Economics  
Langebrogade 1  
DK-1411 Copenhagen K

[www.copenhageneconomics.com](http://www.copenhageneconomics.com)