

# DEN GODE MARKEDSDIALOG

## WHAT DOES *GOOD* LOOK LIKE?

**En guide til den gode markedsdialog.** Eller måske mere en beskrivelse af de fem faser, vi i Lakeside har haft gode erfaringerne med. Og et par tips til, hvordan I lykkedes bedst i hver enkelt fase.

# 1

## PLANLÆG

**Skriv et lille oplæg på en side eller to, der beskriver hvad I gerne vil have belyst.** Måske er I heldige, at der er lavet en foranalyse e.lign.

**Hvad er jeres grundhypotester?** Fx “Det må kunne løses med et standardsystem...”, “Findes der systemer med AI-funktioner, der mon kan løse dette sorteringsproblem for os...”

**Hvad er I ude efter?** Hvad er jeres behovsopgørelse - altså et kort brief på, hvad det er for en as-is suppedas I står i og hvad det er for en fremtid I gerne vil opnå.

**Sæt scope for jeres markedsdialog.**

Skal den være smal - fx fokusere på nogle få, men meget centrale hypoteser eller skal den være bred og være en mere generel sikring af markedets tilbud og evne til at dække jeres behov?

Hvis I er rigtig grundige, så drøft oplægget til markedsdialogen i jeres projekt- eller styregruppe og få deres input og godkendelse.

## 2

### ANNONCER

**Gør lidt ud af jeres annoncering.** Pak det pænt ind så fx jeres behovsbillede fremstår klart og det er tydeligt hvilke hypoteser eller afklaringer, som det er vigtigt for jer at markedsdialogen skal be- eller afkræfte.

**Inviter de rigtige og motiver det.** I kan jo vælge at lave en direkte invitation eller en bredere annoncering via diverse udbudsportaler.

**Bed leverandøren om at motivere deres anmodning om deltagelse.** Bed om fx max 2 sider og bed dem om at tale ind i jeres behovsbillede.

## 3

### FORBERED DIALOGMØDERNE

**Sæt holdet til møderne.** Dvs. sørg for, at I er den rigtige blanding af tekniske profiler, forretnings- eller domæneeksperter, slutbrugerrepræsentanter og beslutningstagere.

**Pak kalenderen.** Det kan være et spil Tetris, så kom i gang i god tid. Bloker eller book et par sammenhængende dage, hvis det kan lade sig gøre, og del den op i tidsslots af 2-3 timers varighed til hvert markedsdialogmøde. Læg lige en lille buffer ind mellem hvert møde, så I kan få luftet ud både i mødelokalet og mentalt.

**Lav en spørgeguide med de temaer, som I skal være sikre på bliver belyst** - det er jo nok nogle af de samme, som I har med i jeres invitation og annoncering. Brug også guiden til at strukturere jeres noter og fælles opsamling.

**Brief / forbered teamet.** Sørg for at alle ved hvem der kommer og rækkefølgen de kommer i. Fordel rollerne så I ved, hvem der styrer tiden, hvem der spørger til de tekniske temaer, hvem der spørger til prisdannelse etc.

# 4

## GENNEMFØR DIALOGMØDERNE

**Indled og rids præmissen op for markedsdialogen:** at det er en åben, uformel udveksling af information og ikke fx en salg- eller forhandlingssituation og at evt. information, som parterne udveksler kun er til støtte for denne dialog.

**Lad leverandøren komme til** - de har som regel en præsentation og et narrativ, som de gerne vil igennem - men vær skarp på hvad I vil have belyst.

**Husk at opgaven ikke er at vælge eller vurdere løsninger eller leverandører!** I skal lære og blive inspireret. Fx på anskaffelsesmåder, teknologier, og systemkoncepter.

# 5

## SAML OP PÅ DIALOGEN

**Kvitter og sig tak.** Rids evt. lige præmissen op igen - altså det med at det er en uformel dialog og så'en.

**Saml, strukturér og del observationer fra markedsdialogen.** I har i teamet helt sikkert hørt og forstået forskellige ting og emner.

**Konkluder (forsigtigt) på jeres hypoteser og foreslå en vej videre frem.** Ser fx jeres kravstrategi anderledes ud efter dialogen? Har I ramt rigtigt med den påtænkte type af anskaffelse? Er jeres forestilling om prisniveau og evt. prisens sammensætning blevet bekræftet eller skal I overveje en ny finansieringsstrategi?