

# Digital Transformation & Forretnings modeller

Nemlig.com

IT UNIVERSITY OF CPH

Andreas Nicolaj Tietgen  
anti@itu.dk

3. Jan. 2022

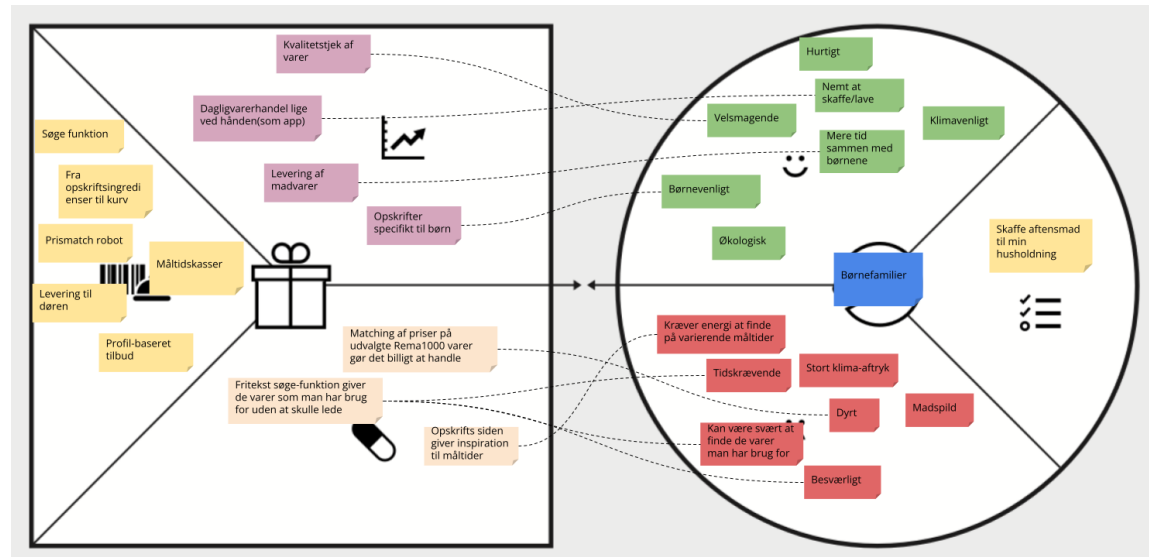
## Contents

<b>1</b>	<b>Økosystemets rolle</b>	<b>2</b>
1.1	Business model canvas . . . . .	3
1.2	Business Model Performance Assessment . . . . .	3
<b>2</b>	<b>Business Model Design</b>	<b>3</b>
2.1	Assessment Questions . . . . .	4
<b>3</b>	<b>Hypoteser &amp; Test</b>	<b>5</b>
3.1	Assumption mapping . . . . .	5
3.2	Test & learnings . . . . .	5
<b>A</b>	<b>Business model performance assessment</b>	<b>8</b>
<b>B</b>	<b>Assessment Questions for leaders</b>	<b>11</b>
<b>C</b>	<b>Test and learning cards</b>	<b>12</b>

# 1 Økosystemets rolle

Nemlig.com befinder sig i "køb og salg af varer" i det valgte økosystems supply chain.

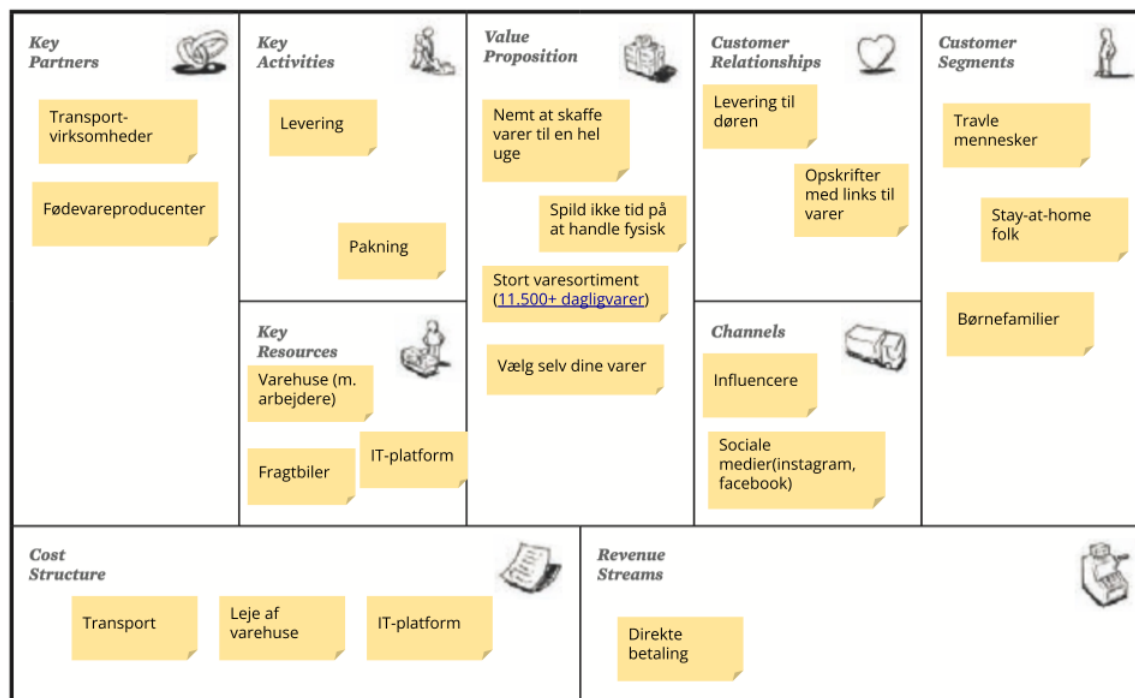
Nemlig.com har med sin online platform disrupted frontstage for dagligvarehandel. I figur 1 kan der ses hvilke pains and gains nemlig.com løser for Børnefamilie customer segmentet.



Figur 1: Overblik over Nemlig.com's value proposition

## 1.1 Business model canvas

Virksomhed: Nemlig



Figur 2: Nemlig.com's Business Model

## 1.2 Business Model Performance Assessment

Business model performance assessment kan ses i Appendix A. Kort fortalt, differentiere nemlig.com sig ikke fra deres konkurrenter i måden de udfører deres aktiviteter. Dette gør at deres produkter forbliver i den dyrere ende af pris-klassen, selvom deres margin burde tillade at sænke priserne.

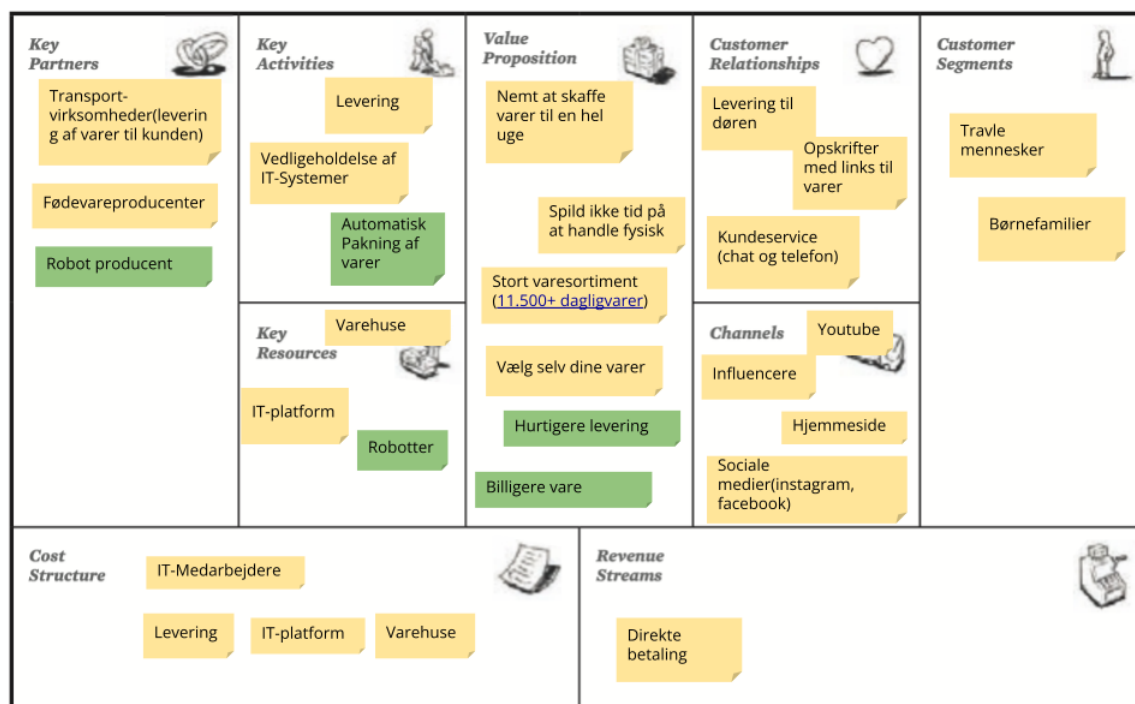
## 2 Business Model Design

Business model performance assessment viser at Nemlig.com's backstage trænger til et løft. Herudover, viser key forces at teknologi trend med at bruge robotter til at sørge for at automatisere en del af driften går frem. Til det er Nemlig.com stadig en af de dyreste dagligvarebutikker, hvilket i en krise gør deres vare endnu dyrere.

*From High Cost to Low Cost* kan bruges som inspiration til at gøre brug af større automatisering og AI til at optimisere scheduling af pakning, kan man opsigte de flere

tusinde ressourcer der pakker dag ind og dag ud. Hertil gør at de ikke skal have ekstra løn for aften vagter. Derved reducere Nemlig.com deres omkostninger, som kan bruges til at konkurrerer endnu mere med priserne.

Derfor vil den nye business model se således ud:



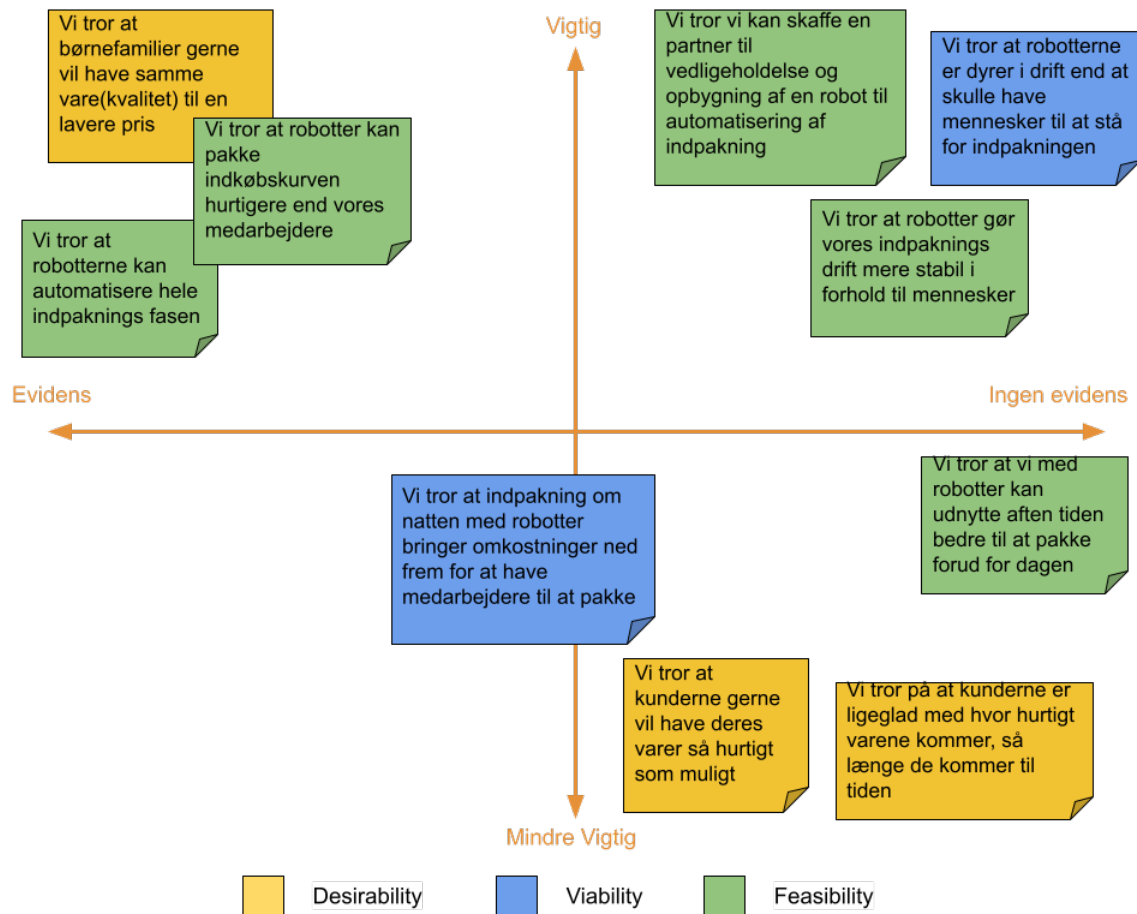
Figur 3: En illustration af den nye business model canvas. Noter farvet grøn er nye elementer i blokkende

## 2.1 Assessment Questions

Assessment Questions af figur 3 vil kunne blive set i Appendix B. Resultatet viser en forbedret backstage ved at indføre automatisering og indtage in partner til at varetage robotten. Hertil, viser det at Nemlig.com's frontstage forbliver stærk med deres række af value propositions leveret gennem hjemmesiden.

### 3 Hypoteser & Test

#### 3.1 Assumption mapping



Figur 4: Mapping af hypoteser

#### 3.2 Test & learnings

I figur 4 kan det ses at der er 3 hypoteser, som er vigtige og ikke har nogen evidens. Her indgår 2 feasibility og 1 viability hypotese. Testing ville foregå med følgende metoder i given rækkefølge:

**Partner & Supplier Interviews** Vil bruges til at kunne finde nogle partners med forstand på robot teknologi indenfor automatisering af lagerhuse. Hertil vil man teste muligheden for om visionen er mulig ved hjælp af deres response.

**Life-Sized Prototype** gør os i stand til at teste om robotterne er dyrere i drift og om hvor stabilt det er. Der bliver oprettet en mindre test til at se om det kan fungere

i praksis inden en eventuel beslutning om at udvide løsningen skal tages.  
Testing cards med tilhørende learnings cards kan ses i Appendix C.





## References

- [ ] *Hvem vil ikke gerne have VIP status hos nemlig.com?* Internet. Accessed: 01-01-2023. URL: <https://www.nemlig.com/om-nemlig/varer-fordele/nemlig-vip>.
- [ ] *Personlig Levering - Spørgsmål og svar.* Internet. Accessed: 01-01-2023. URL: <https://www.nemlig.com/om-nemlig/kundeservice/leveringstyper/personlig>.
- [19] *Coop flytter lager fra Vejen til Odense.* Internet. Accessed: 01-01-2023. 2019. URL: <https://via.ritzau.dk/pressemeddelelse/coop-flytter-lager-fra-vejen-til-odense?publisherId=90407&releaseId=13573033>.
- [Dyb21] Cathrina Dybdahl. *Stor vækst i nemlig.com.* Internet. Accessed: 21-12-2022. 2021. URL: <https://via.ritzau.dk/pressemeddelelse/stor-vækst-i-nemligcom?publisherId=13560508&releaseId=13639791>.
- [Ped20] Signe Ferslev Pedersen. *Nemlig.com slår tilbage på konkurrenternes offensiv: Udvider leveringsområde markant i hele landet.* Internet. Accessed: 26-12-2022. 2020. URL: <https://finans.dk/erhverv/ECE12127322/nemligcom-slaar-tilbage-paa-konkurrenternes-offensiv-udvider-leveringsomraade-markant-i-hele-landet>.
- [Rit22] Ritzau. *Nemlig.com får kæmpe underskud.* Internet. Accessed: 01-01-2023. 2022. URL: <https://politiken.dk/indland/art9144553/Nemlig.com-f%C3%A5r-k%C3%A6mpe-underskud>.






## Bilag

### A Business model performance assessment

Spm.	Score	Hvorfor?
	+1	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Nemlig.com har haft stor vækst i følge deres regnskab i 2021(Dybdahl 2021)</li> <li>+ Udvider deres leveringsområde så nemlig når ud til flere kunder(Pedersen 2020)</li> </ul>
	+1	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ De rækker ud til kunder som de ikke havde forventet. Den ældre del af befolkningen(Pedersen 2020)</li> </ul>
	+2	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Kunderne får leveret Value Prop. igennem web portal drevet af nemlig</li> <li>– Varerne bliver leveret af partner(<i>Personlig Levering - Spørgsmål og svar</i> n.d.)</li> <li>+ Er på sociale medier samt Youtube for at kunne fremme brugen af deres varer</li> </ul>
	+2	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Loyalitets program giver markant forbedret fordele. Status bliver tildelt efter hvor ofte man køber(<i>Hvem vil ikke gerne have VIP status hos nemlig.com?</i> N.d.)</li> <li>+ Hvis dårlig vare bliver leveret, bliver værdien for varen sat ind på en nemlig konto for brugeren</li> <li>+ De sparer tid ved at få varer leveret til døren</li> </ul>

	<p>-2</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Fysiske dagligvarebutikker er ikke mere effektive, da varer bliver kørt fra lagerhuse og skal opstilles igen ude i butikkerne</li> <li>– Leveringen til kunder bliver gjort hurtigere hos Gorillas og Wolt. Klarer det mellem 10-30 minutter frem for nemlig, som skriver at de kan levere indenfor samme dag(bestil om morgenen og få leveret om eftermiddagen)</li> <li>+ Nemligs levering kan nå ud til et større område i Danmark end Gorillas og Wolt, som kun levere i hovedstadsområdet eller større byer</li> <li>– Salling og Coop har lagerhuse rundt omkring i DK og kan nemmere have samme leverings område hvis ikke større(<i>Coop flytter lager fra Vejen til Odense 2019</i>)</li> </ul>
	<p>-2</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Der kommer flere på markedet, så som salling group, Coop, Wolt og Gorillas. De udfører mere eller mindre de samme activities</li> </ul>
	<p>0</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Fødevareleverandørerne er nogenlunde de samme som hos vores konkurrenter.</li> <li>+ Fødevareleverandørerne har brug for vores platform for at få solgt deres vare.</li> <li>– De kunne sagtens bare sælge varerne hos konkurrenterne</li> <li>+ Transportfirmaerne der leverer varene til vores kunder får en nogenlunde stabil indkomst</li> </ul>

	<p>-2</p>	<p>? De har haft stigende indtægter, men ikke overskud endnu, dog pga. investeringer til logistik(Pedersen 2020)</p> <p>– Indtægterne er faldet under krisen(Ukraine krig og inflation). 2022 ender med et underskud på 156 mill. samt et fald i omsætningen på 690 millioner(Ritzau 2022)</p>
	<p>+2</p>	<p>+ De har significant færre medarbejdere til sammen lignet med føtex til at drive forretningen.</p> <p>+ De har ikke samme antal bygninger/lokaler at skulle betale for, da alt er centraliseret.</p>
	<p>+1</p>	<p>+ Ved at have generelt færre butikker og færre medarbejdere, er der færre udgifter til at kunne levere de samme produkter til kunderne</p>

## B Assessment Questions for leaders

Spm.	Score	Hvorfor?
	+3	Der er et stort marked. Især hvis man kigger på at flere unge(som er født med en digital guldskede) er på vej til at gøre brug af e-handel
	+3	Der er direkte adgang til at alle kunder pga. hjemmesiden og apps. Leveringen når ud til i hvert fald 83% af DK(Pedersen 2020)
	+2	Brugen af søgning features og loyalitets programmer gør at brugere bliver. Samt fejl i forsendelse bliver "belønnet" med penge til nemlig kontoen.
	+1	Robotten der pakker vare, vil være svær at kopiere da det er dyrt at etablere. Afhængigt af samarbejdet med partneren, ejer nemlig.com ikke direkte ressourcen.
	+2	Automatisk pakning er konstant og kan køre for samme pris 24/7. Hertil kan der ligges smart schedulerings aktiviteter, som gør det mere effektivt og billigt at udføre, hvis man fx pakker nogle af varerne om natten.
	+1	Det er nemt at skaffe flere vognmænd via partners(Gør nemlig allerede). Der skal laves nye varelager i DK for at nå ud til alle. Det tager lang tid og mange penge. Men nuværende varelager kommer til at kunne tage i mod flere ordre end tidligere.
	+2	Via IT-plattformen er der mulighed for både recurring revenue(fast levering, abonnements løsning) og en transactions-baseret revenue(dag-til-dag handel)
	+1	Da indpakningen fuldautomatiseret, så er der ikke lige så mange medarbejdere til at opretholde lagerhuse og det kører for samme pris 24/7
	0	Grundet prioritering af nedsættelse af priser på varer for kunderne, samt en endnu slankere cost structure, så forbliver margin den samme. Men margin var i forevejen god baseret på BMC performance assessment

## C Test and learning cards

**Test Card** Strategyzer

Partner & Supplier interview

Deadline

Assigned to

Duration

STEP 1: HYPOTHESIS

**We believe that**

Vi tror vi kan skaffe en partner til vedligeholdelse og opbygning af en robot til at automatisere indpakning

Critical: ▲ ▲ ▲

STEP 2: TEST

**To verify that, we will**

Holde interviews med andre parter i robot industrien, for at delagtig gøre dem i vores krav

Data Reliability: = [icon] [icon] [icon] [icon] [icon]

STEP 3: METRIC

**And measure**

Hvor mange af dem vi har interviewet, som vender tilbage med et eventuelt bud på en løsning

Time Required: [icon] [icon] [icon]

STEP 4: CRITERIA

**We are right if**

Hvis halvdelen af de interviewet vender tilbage som interesseret eller med et bud på en løsning.

Copyright Business Model Foundry AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer

**Learning Card** Strategyzer

Partner & Supplier interview

Date of Learning

Person Responsible

STEP 1: HYPOTHESIS

**We believed that**

Vi tror vi kan skaffe en partner til vedligeholdelse og opbygning af en robot til at automatisere indpakning

STEP 2: OBSERVATION

**We observed**

At næsten alle de interviewede parter har vendt tilbage med positiv response

Data Reliability: [icon] [icon] [icon]

STEP 3: LEARNINGS AND INSIGHTS

**From that we learned that**

Det er muligt at få en partner som implementere og varetager driften af robotten. Ocado group har en i produktion allerede

Med: [icon] [icon] [icon]

STEP 4: DECISIONS AND ACTIONS

**Therefore, we will**

Indgå i videre samtaler, for at finde den partner der passer bedst og som er villig til at lave en prototype til at demonstrere

Copyright Business Model Foundry AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Figur 5: Test og learning card af en 'Partner & suppliers interview' experiment

Test Card		Strategyzer
Life-Sized Prototype	Deadline	
Assigned to	Duration	

STEP 1: HYPOTHESIS

**We believe that**

Vi tror at robotterne gør vores indpaknings drift mere stabil i forhold til mennesker

STEP 2: TEST

**To verify that, we will**

Lade den køre i nogle måneder og notere hvor meget den har kørt på 100% kapacitet

STEP 3: METRIC

**And measure**

Hvor mange timers drift er kørt med 100% kapacitet

STEP 4: CRITERIA

**We are right if**

Hvis robotten har holdt over 504 timer per måned med 100% kapacitet

# Learning Card

Strategyzer

Life-Sized Prototype

Date of Learning

Person Responsible

STEP 1: HYPOTHESIS

## We believed that

Vi tror at robotterne gør vores indpaknings drift mere stabil i forhold til mennesker

We observed

Robotterne er stabile men skal overvåges. Der sker mange små nedbrud som kan rettes fra en computer. Mekaniske udfordringer forekom ikke.

STEP 3: LEARNINGS AND INSIGHTS

## From that we learned that

Robotten kom over grænsen til at holde en stabil drift med 100% kapacitet. Men at de mindre drift problemer forekommer hyppigt og kræver overvågning.

## Therefore, we will

Indgå i samtaler omkring videre samarbejde og udvide prototypen. Herudover, kommunikere om videreudvikling til at mindske de mange små brud der forekommer.

Figur 6: Test og learning card for at kunne teste stabiliteten af robotterne

### Test Card Strategyzer

Life-sized prototype

Deadline

Assigned to

Duration

STEP 1: HYPOTHESIS

**We believe that**

Vi tror at robotterne er dyrer i drift end at skulle have mennesker til at stå for indpakningen

STEP 2: TEST

**To verify that, we will**

Kører en lille prototype af robotten side løbende med den daglige drift

STEP 3: METRIC

**And measure**

Hvor meget robotten når at pakke ind per time samt omkostningerne for at holde den kørende

STEP 4: CRITERIA

**We are right if**

Hvis robotten koster mere per indpakning af en kurv en hvad vores nuværende medarbejdere gør

Copyright Business Model Foundry AG      The makers of Business Model Generation and Strategyzer

### Learning Card Strategyzer

Life-sized prototype

Date of Learning

Person Responsible

STEP 1: HYPOTHESIS

**We believed that**

Vi tror at robotterne er dyrer i drift end at skulle have mennesker til at stå for indpakningen

STEP 2: OBSERVATION

**We observed**

At robotten udnytter tiden effektivt uden de store ophobninger, den er generelt hurtigere ved store ordre, hvor mennesker skal bevæge sig mere

STEP 3: LEARNINGS AND INSIGHTS

**From that we learned that**

Robotten gennemfører flere ordre per time end vores medarbejdere og er billigere i drift om aftenen hvor strøm blandt andet er billigt og lønnen er højere pga. aften tillæg

**Therefore, we will**

Indgå i samtaler omkring videre samarbejde og udvide prototypen

Copyright Business Model Foundry AG      The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Figur 7: Test og learning card for at kunne teste hvor dyrt det var at have dem kørende i normal drift