



## Case study FairValue

### Despre companie:

FairValue oferă servicii profesionale de evaluare și consultanță financiară. Este prezentă pe piață din 2005, are acoperire națională și reunește o echipa de 70 evaluatori cu peste 10 ani experiență fiecare. Până în prezent au efectuate peste 80.000 evaluări de proprietăți imobiliare și peste 40.000 evaluări de mașini și echipamente atât pentru clienți persoane fizice cât și pentru companii. Printre clienții Fair Value se numără și Lidl, E.ON, Zentiva, Banca Națională a României, Loteria Română, SOCAR, CEZ, Farmexim, Radisson, Schmitz, eMag, BMW și altele.

### Despre proces:

#### Pregătire

Procesul a debutat 3 întâlniri cu managementul firmei format din cei 2 owneri (Laurențiu și Anuța) în care am stabilit prioritățile lor cu privire la business și ce provocare vor să rezolvăm. Astfel am ajuns la: Cum putem sprijini firma FairValue să atragă mai mulți clienți din zona de business (B2B)? Aceasta a fost o provocare strategică pentru ei, interesul fiind acela de a dezvolta un nou proces de abordare B2B care să poată fi implementat la nivel de firmă (adică și angajații să devină agenți de vânzări).

După ce am stabilit provocarea au urmat de 2 întâlniri în care am construit împreună designul de brief pentru provocare, am discutat resursele implicate, formatul bootcampului și implicarea angajaților în bootcamp.

Am venit cu o propunere de proces pentru bootcamp pe care l-am agreat alături de owneri, co-facilitatori și am stabilit ca cei 2 owneri alături de 3 angajați importanți din business să fie implicați în câte una din cele 5 echipe de tineri inovatori (câte un reprezentant din FairValue să se alăture unei echipe formate din 3 tineri) în anumite puncte importante ale bootcampului de 4 zile.

#### Desfășurare

Pentru eveniment au fost selectate 5 echipe din țară reprezentând Oradea, Cluj-Napoca, Focșani, Bârlad și București. Bootcampul s-a desfășurat pe 4 zile: joi – duminică iar structura a fost astfel:

**Joi:** debrief cu tinerii despre materialele primite despre industria de evaluare, intro despre companie și industrie, detalierea provocării din partea companiei pe baza briefului construit, intro în design thinking și empatie. Tinerii au vizitat apoi compania și au avut o sesiune de interviuri cu ownerii companiei pentru a aprofunda înțelegerea lor despre companie, industrie și provocare. Apoi au avut o serie de interviuri cu angajații pentru a înțelege perspectiva lor cu privire la provocare (Cum putem atrage mai mulți clienți din zona de B2B?) și cu privire la companie.

Pe baza informațiilor aflate fiecare echipa a creat o harta/ un audit al business-ului dintr-o perspectivă externă. Acesta audit a fost prezentat celor 2 owneri și celor 3 angajați pentru a înțelege mai bine cum se vede business-ul din partea unor tineri antreprenori și cu o perspectivă fresh. Totodată a fost de ajutor discuția pentru a clarifica puncte importante din business atât pentru owneri cât și pentru tineri.



**Vineri:** în prima zi accentul a fost pus pe companie iar din cea de-a doua zi pe stakeholderii. Tinerii au avut interviuri programate cu clienți existenți ai business-ului, cu alte companii ce nu sunt clienții FairValue dar folosesc servicii de evaluare, companii și persoane care recomanda servicii de evaluare și cu competitori. Printre companiile cu care tinerii au interacționat sunt: KPMG, EY Romania, care recomanda dar și oferă servicii de evaluare Fan Courier, Portland Trust, Europrim, Lumina Instituții de Învățământ și alte 5 companii mari multinationale și naționale. Suplimentar tinerii au avut și interviuri pe teren și au obținut întâlniri la alte companii mari naționale și multinationale.



Pe baza informațiilor aflate tinerii au făcut o analiză a perspectivelor celorlalți actori cu privire la care sunt lucrurile importante pentru ei la o firmă de evaluare, care au fost experiențele de lucru cu firmele de evaluare (atât pozitive cât și negative) și experiențele de interacțiune. Tinerii au creat totodată și o harta a experienței unui client în procesul de vânzare al serviciului de evaluare. La procesul de sumarizare au asistat și ownerii FairValue alături de angajați pentru a vedea perspectiva externă.

**Sâmbătă și duminică:** tinerii au lucrat cot la cot cu reprezentanții FairValue pentru a redefini provocarea pe baza informațiilor obținute din interviuri, apoi au trecut printr-o sesiune de ideatie pentru a genera idei ( au generat peste 200 de idei), au creat pe baza ideilor generate 5 soluții pe care le-au prototipat și apoi testat cu reprezentanți ai companiilor mai sus menționate (de unde au luat și informațiile pentru generarea de soluții). Cele 5 idei au fost prezentate duminică ownerilor într-o sesiune de pitching, alături de feedbackul obținut din testare.

#### Resurse implicate de compania FairValue

- Cheltuielile de organizare ale bootcampului
- Timpul alocat pentru întâlniri: identificarea provocării pe care vom lucra, fundamentarea briefului provocării;
- O listă de clienți și intro pentru programarea interviurilor
- Timp alocat pentru raspunsurile la emailurile de clarificare și decizii
- Timpul alocat pentru bootcamp: owneri și angajații desemnați

**Bugetul proiectului: 4000 euro**



## Soluțiile prezentate

### 1. Încredere în evaluarea ta

Prima soluție constă în reorganizarea site-ului prin introducerea unei facilități de rapoarte interactive astfel încât să loializeze relația cu clienții, o funcție de livechat și crearea unei comunități de business în jurul companiei.

### 2. Rethinking FairValue

Această soluție constă într-o redefinire și un plan de reorganizare a structurii operaționale, creându-se departamente separate pe sectoarele B2B și B2C și plecând de la evaluarea personalului cu o firmă specializată. Totodată o altă componentă a soluției a fost creșterea prezenței pe social media prin materiale educaționale în domeniu.

### 3. FairValue Networks

Networking bazat pe sponsorizări strategice și organizarea de evenimente în domeniu de către companie.

### 4. FairValue invests in people

Un plan ce integrează parteneriate strategice cu firme ce nu sunt competitori direcți ai FairValue și operează în domeniul B2B, asigurându-se totodată o serie de beneficii speciale clienților.

### 5. Innovation for FairValue

Crearea unui program de internship pentru studenții din domeniul marketing în cadrul companiei care să crească capacitatea de outreach a organizației. Programul de internship este însoțit de o schimbare a abordării clienților de către angajați printr-un plan de traininguri specializate pentru aceștia.

## [Galerie foto](#)

## Feedbackul de la companie

*“În fiecare firmă, după peste 10 ani de activitate, vine un moment în care îți dai seama că este nevoie de o schimbare, iar în acest sens nimic nu poate fi mai potrivit decât o privire propaspătă, cu o minte neîncorsetată în obișnuințe.*

*Acești tineri ne-au convins că ei reprezintă o sursă de inspirație foarte bună, iar surpriza cea mai mare a fost că au înțeles contextul și au venit cu idei concrete.*

*Pe scurt, am intrat în acest proiect din dorința de a împărtăși experiențe din firma noastră și de a-i ajuta pe tinerii participanți să afle lucruri noi și am concluzionat după cele 4 zile că noi am câștigat cel mai mult, deoarece ideile lor sunt exact ce aveam noi nevoie.” – Anuța Stan, Owner FairValue*

## Pe tine cum te putem sprijini?

Alin Claudiu Apostu – Project Manager [Insights](#)

[alin.apostu@rbls.ro](mailto:alin.apostu@rbls.ro) | 0726.872.575