

## Pådriver for økt verdiskaping

Håvar Risnes, 14. februar 2013

*Vi gir lokale ideer globale muligheter*



# Hva kjennetegner SMBer

I en verden i forandring

- It's all about People to People business

# Varig vekst, overlevelse og profitt

## - gjennom aktive strategivalg

- Utfordringer for vekst
  - kommersialisering og internasjonalisering som liten bedrift
- Markedsorienterte bedrifter opplever større suksess
  - har mer aggressive vekststrategier
  - proaktiv holdning til informasjonsinnhenting og deling
  - søker vekst gjennom nye markeder og produkter
- Ledelse og eiere tar aktive strategivalg
  - bedriftskultur preget av innovasjon, konkurranse og samhold
  - varer og tjenester tilpasses markedets behov

KONTORER I ALLE FYLKER

KONTORER I OVER 30 LAND

## Hva er markedsorientering?

- Innhente kunnskap om marked, konkurrenter og muligheter.
- Bruke kunnskapen til å ta en posisjon i markedet
- Bruk kunnskapen inn i bedriftens utviklings- og innovasjonsprosesser.



# Fall i modne markeder, vekst i nye



## The outlook

Real GDP growth, in per cent

	2011	2012	2013	2014
United States	1.8	2.2	2.0	2.8
Euro area	1.5	-0.4	-0.1	1.3
Japan	-0.7	1.6	0.7	0.8
<b>Total OECD</b>	<b>1.8</b>	<b>1.4</b>	<b>1.4</b>	<b>2.3</b>
Brazil	2.7	1.5	4.0	4.1
China	9.3	7.5	8.5	8.9
India	7.8	4.5	5.9	7.0
Indonesia	6.5	6.2	6.3	6.5
Russian Federation	4.3	3.4	3.8	4.1
South Africa	3.1	2.6	3.3	4.0

Source: OECD Economic Outlook 92 database.



# Markedsorientering, rett medisin

vi prioriterer

## De med vekstambisjoner og potensial



# Å styrke evnen til å skille seg ut!

*Kjenne marked og trender*

*Allianser*

*Tydlig og differensiert*





## Er du dyktig til å vinne kunder?



### *Markedsorientering*

*En markedsorientert bedrift tar utgangspunkt i kundens ønsker og behov.*

*Målet er å levere det kunden venter og vil ha, gjennom god kommunikasjon og nye måter å tenke business på.*



**Hva vi tilbyr deg / din bedrift**

## «En pådriver

for at norsk næringsliv utvikler et godt omdømme i viktige markeder»



*«Innovasjon Norge bidrar til styrke profilen av Norge og norsk næringsliv internasjonalt gjennom tre målgrupper; -Norge som nasjon, sektorer og klynger, samt enkeltbedrifter.»*

# Pådriver for økt verdiskaping, eks M&R

Møre og Romsdal er Norges suverent største eksportfylke målt per innbygger, eksporten er faktisk 25 prosent høyere enn i noe annet fylke i landet. Vi står for 20 prosent av Norges verdiskaping innen maritime og marine næringer, og 40 prosent i møbelindustrien. Næringslivet i fylket blir stadig mer petroleumsorientert, både pga. ilandføring av gass i nordfylket og dreiningen i den maritime næringen i sørfylket.

Vi i Innovasjon Norges i Møre og Romsdal jobber dedikert med å øke verdiskapingen, etablere kompetente og attraktive arbeidsplasser, og å styrke markedsorienteringen, internasjonaliseringen og den næringsrettede FoU-en. På våre kontorer finner du en markedsorientert kultur og engasjerte medarbeidere.

Innovasjon Norge har en stor verktøykasse – enten vi snakker om finansieringsmuligheter, profilering eller nettverk over hele verden. Gjennom skreddersydde tilbud til bedrifter og bedriftsnettverk, klynger og næringslivsarenaer er vi en **pådriver for økt verdiskaping og innovasjon i fylket.**



**Koblende - Nytenkende - Ansvarlig**

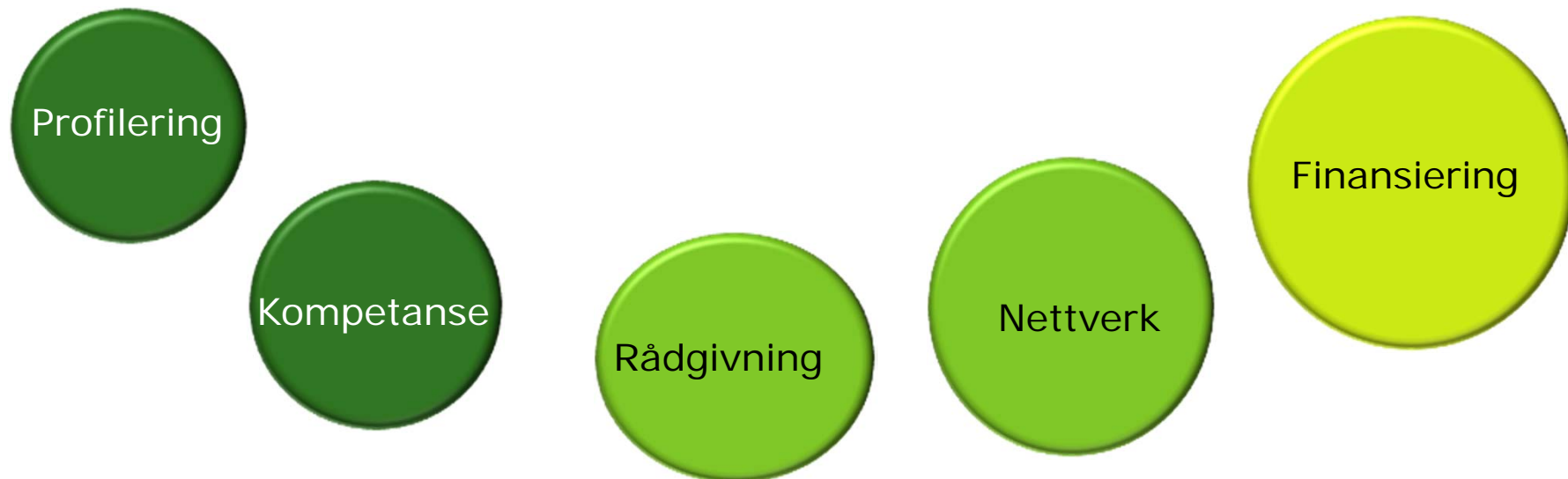


KONTORER I ALLE FYLKER



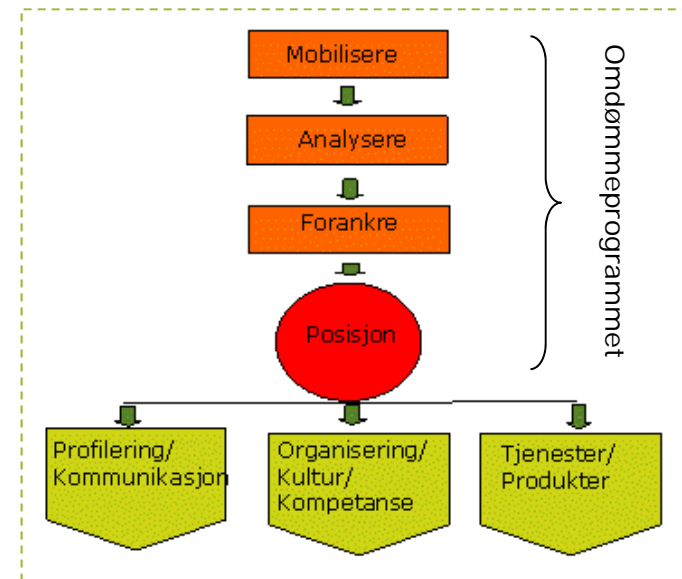
KONTORER I OVER 30 LAND

# Vi er med ifra ide til vekst

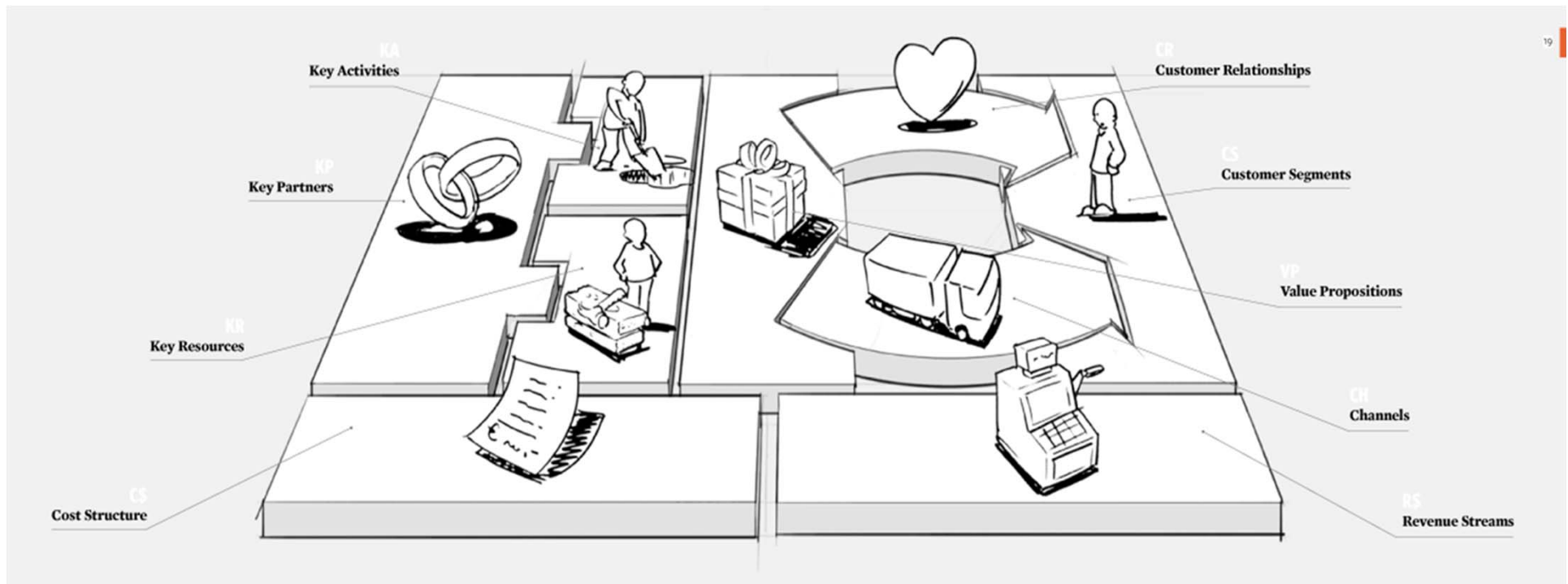


# Styrket markedsorientering og konkurransevne

- Fasilitering av prosessen frem til valg av strategisk posisjon
  - Rådgiving
- Implementering av profileringsløsninger
  - Messer, delegasjoner, designprogr.
- Kultur og kompetanseutvikling
  - Klynge (Arena/NCE), FRAM...
- Produkt- og verdikjedeutvikling
  - Miljøteknologiordningen, IFU/OFU, Designprogr., SkatteFUNN...



# Markedsorientering som ledestjerne for forretningsmodellen!





# Hvordan lykkes i Europa?

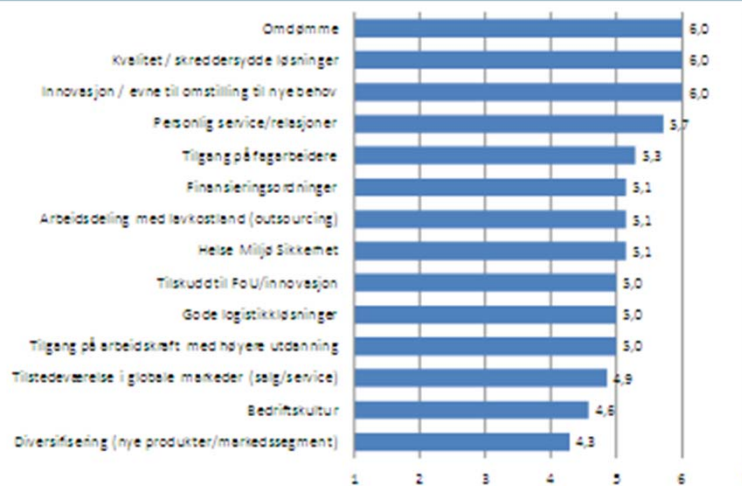
- Lær av de beste

# Omdømme = å være kjent

- en viktig del av markedsorienteringen



betydning for fremtidig konkurransekraft hos verftene?



Betydning for fremtidig konkurransekraft, omdømme på topp tre:

Verft #1

Leverandør #2

Skipskonsulent #3

Rederi #3

## Å ta en strategisk posisjon



*Når Rolls-Royce først satser på et marked, er det for å ta en ledende posisjon.*

*«vi har kontor i 45 land, som sørger for å ha kommunikasjon med kunden vår og fange opp ka han e ute etter..»*

# Tråler Europa

- etter bedre priser



*Et Innovasjon Norge-støttet prosjekt fikk rederne til å samarbeide om å foredle og selge rekene.*

*Coldwater Prawns har gått fra en omsetning på knapt 16 mill. kr i 2008 til 371 mill. kroner i 2011.*

## OWEC

- Ledelse og eiere tok aktive strategivalg, var tidlig ute óg tilstede
- Er nå i posisjon for vekst



[Home](#) [Product](#) [Services](#) [References](#) [Company](#) [Careers](#) [Contact](#) [News](#)

Setting the standard for deep water foundations  
**OWEC Quattropod®**



# Ta aktive strategivalg

*Kjenne marked og trender*

*Allianser*

*Tydlig og differensiert*



**Gå for gull!**



**It's all about People 2 People business.**