



# Bedriftsutvikling - med gode verktøy kan du selv støpe bedriftens fremtid

Forum for sprøytestøping 13.april 2011

Elisabeth Ege  
Senior bedriftsrådgiver, satsingsansvarlig vekst & internasjonalisering

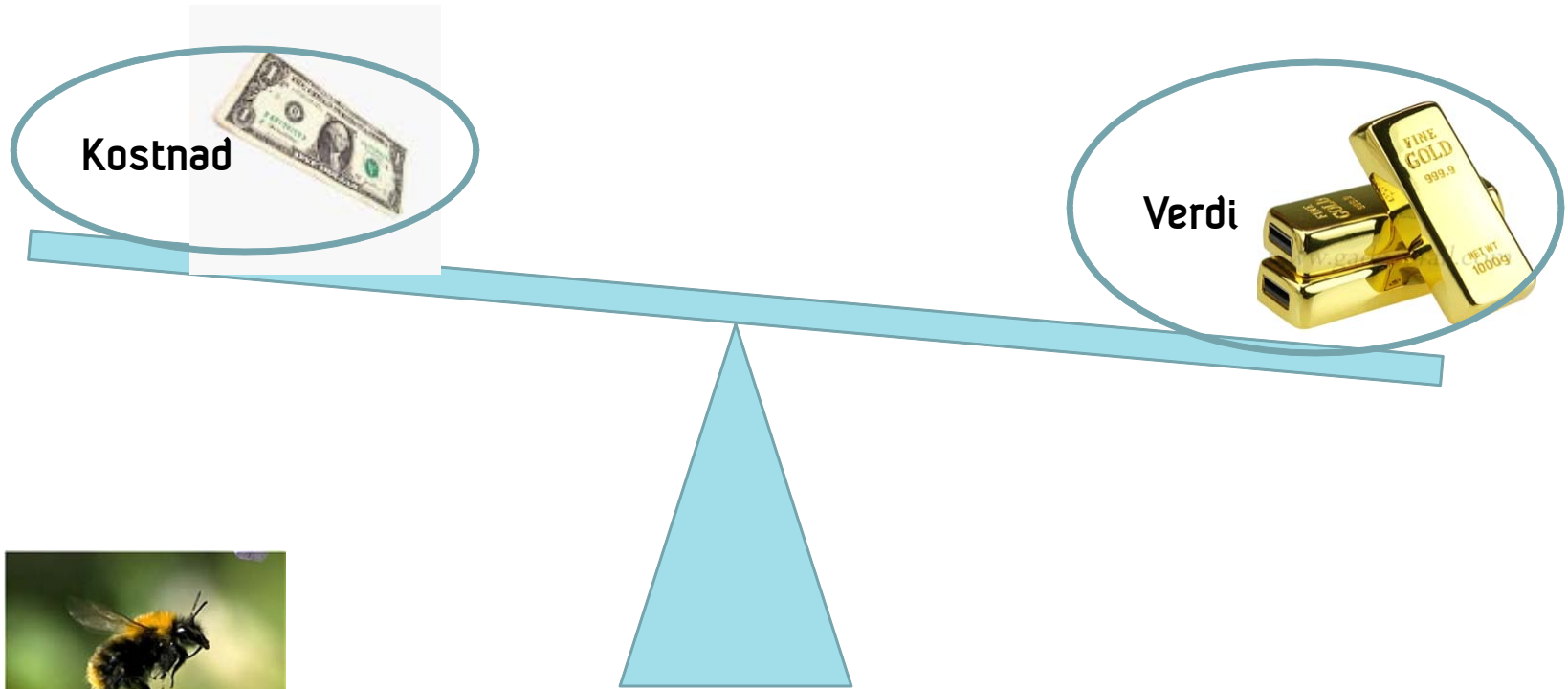


- Hva er hovedgrunnen til at din viktigste kunde har valgt deg som samarbeidspartner?



Kunden kjøper når  
opplevd verdi > kostnad

SINTEF Bedriftsutvikling



- De ønsker å "fly" – fly langt
- Tar viktige valg
- Er opptatt av kundenes behov, løser deres irritasjoner
- Gode på salg og marked
- Tydelig lederskap



- Setter hårete mål
- Tør å tenke stort – bruker gangetabellen
- Påstand: Du når aldri lenger enn til mål!



- Undersøkelse blant MBA-studentene ved Harvard i 1979
- 3% hadde skrevet ned mål og planer
- 10 år senere:
- De 3% som hadde skrevet ned mål og planer, tjente 10x så mye som de 97% øvrige studentene tilsammen



- Kan det være riktig å si nei til en forespørsel?
- Fokuserte
  - Tydelig forretningsidé
  - Klart definert kjernekompetanse
  - Komplett og unikt tilbud
- Er tro mot strategien
- Tør å velge bort





- Forretningsmodell: "måten" virksomheten drives på
- Ny forretningsmodell kan være riktig når markedsveksten stopper opp og det er mange like aktører



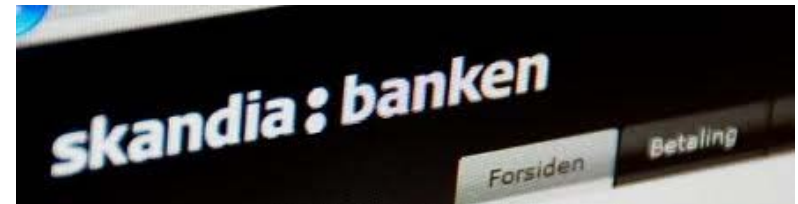
- Tar tak i kundenes irritasjoner og finner bedre løsninger
  - Produkt, service, distribusjon...
- Kjenner kundenes kjøpskriterier
- Forstår kundens kunder



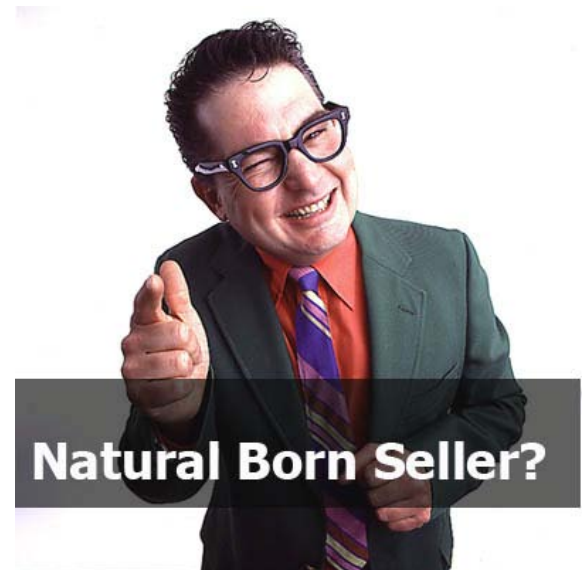


"If I asked people what they wanted, I would have made a faster horse!"





- **Velger** de riktige kundene
- Høy aktivitet
- Kvalitet i kundekontakten
- Prioriterer kundene
- Tett samspill med kundene



RESULTAT

AKTIVITET



1. Kvalifikasjon  
Riktige kunder

2. Kvantitet  
Antall handlinger

3. Kvalitet  
Hvordan

4. Rett produkt eller tjeneste

- Medarbeidere og ledelse jobber mot samme mål
- Walk-the-talk
- Oppfølging
- Søker mangfold
- Rutiner, men ikke byråkrati





[www.sintef.no/bedriftsutvikling](http://www.sintef.no/bedriftsutvikling)



## Visjon

- Beskriver ønsket situasjon fram i tid
- Skal kunne kommuniseres på en forståelig måte
- Ledestjernen, noe å strekke seg etter

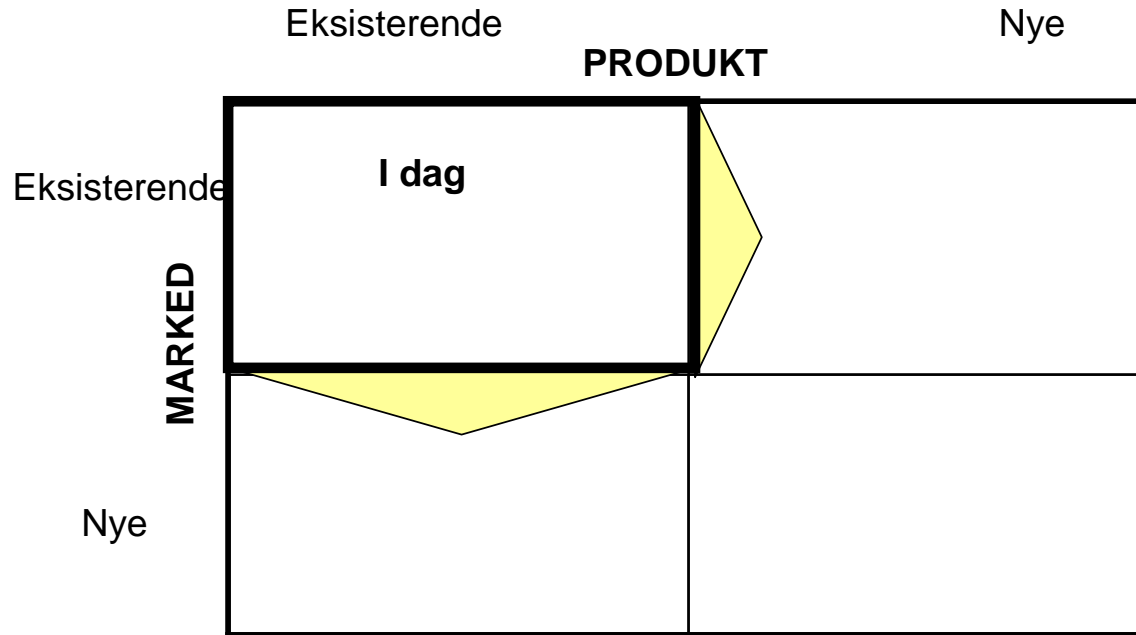


## Forretningsidé

- Hva skal vi gjøre? For hvem? Hvordan?
- ..sagt på en annen måte:
- Hvem er målgruppen?
- Hva er målgruppens viktigste behov?
- Hva er bedriftens unike kompetanse?



Hensikt: Tydelighet, gjøre valg



Hensikt: Velge utviklingsretning

- Har vi en tydelig kjerne?
- Har vi tilleggsprodukter/tjenester eller
- faktorer som
  - åpner dører og gjør det lett for kunden å handle?
  - skaper kunnskap om at bedriften finnes?
  - gjør at kunden ikke har behov for å gå til andre for at produktet/løsningen skal fungere?
  - som gir gjenkjøp?



Hensikt: Fokus og kompletthet ut i markedet

# Kundenes kjøpskriterier - eksempel

SINTEF Bedriftsutvikling

Prioritert rekkefølge (markedets vurdering)		VI			konkurrent 1			konkurrent 2			konkurrent 3		
		+	0	÷	+	0	÷	+	0	÷	+	0	÷
1	Pris			X	X				X			X	
2	Produktkvalitet	X				X			X		X		
3	Design	X				X				X		X	
4	Leveringstid		X		X				X			X	
5	Service og oppfølging	X			X				X			X	
6													
7													
8													
Vår posisjon (ovf. konk.krefter)		7	1	0/+	8	-1	0/-	4	3	+	6	1	0/+

Hensikt: Finne kundens beslutningskriterier ved kjøp

Ressurser = noe bedriften disponerer som bidrar til bedriftens verdiskaping

Materielle: kan kjøpes, forringes ved bruk

Immaterielle: kan ikke kjøpes, må mobiliseres, foredles ved bruk

Ressurser	Vurdering (ja / nei)				Tilstand fortrinn
	Sjelden	Viktig	Imiterbar	Utnyttet	
Ressurs 1	ja	ja	nei	ja	Varig fortrinn
Ressurs 2	ja	ja	nei	nei	Potensielt fortrinn
Ressurs 3	ja	ja	ja	ja	Midlertidig fortrinn
Ressurs 4	ja	nei	nei	ja	Trivielt
Ressurs 5	nei	ja	ja	ja	Like god som andre

Hensikt: Finne konkurransefortrinn/ulempes





# Plastfabrikken AS

1969- 2012

Han var en hyggelig nummer 2!  
Ganske trivelig, brukbare  
leveringer og litt dyr.

- De ønsker å "fly" –fly langt
- Tar viktige valg
- Er opptatt av kundenes behov, løser deres irritasjoner
- Gode på salg og marked
- Tydelig lederskap





- Du konkurrerer med en bedrift, Shanghai Sprøyttestøpiing
- Hva er det du er bedre på enn dem?

Tusen takk for oppmerksomheten 😊



Elisabeth Ege

Mobil 48104010

[www.sintef.no/bedriftsutvikling](http://www.sintef.no/bedriftsutvikling)