

# Lifespace DIY Strategy - Nordic

## KUNDENS SITUATION OG UDFORDRINGER

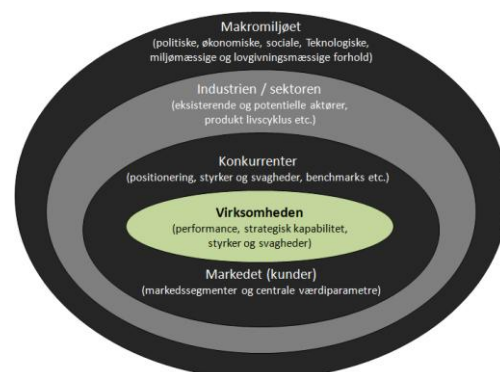
Gør-det-selv-markedet for elektriske installationer er stadig stigende, dels drevet af en stigning i forbruget hos slutbrugeren, dels drevet af et stigende salg til installatører uden om det ”professionelle” marked.

Schneider Electric (SE) ønskede en klar forretningsstrategi for tilgangen til DIY markedet i Norden (DK, SE, NO, FI). Situationen var kompliceret af en forretningsmodel, hvor SE leverer både til det professionelle marked og de store Gør-det-selv-grossister og -butikker. Samtidig havde de enkelte landeorganisationer forskellige tilgange til Gør-det-selv-markedet. Bl.a. havde Danmark som det eneste land et selvstændigt Gør-det-selv-selskab i SE organisationen.

## FREMGANGSMÅDE OG LØSNING

Factor3 bistod med, at:

- Koordinere og facilitere den samlede strategiproces
- Inspirere og udfordre de løbende analyser og konklusioner
- Dokumentere analyser, strategiske issues og konklusioner, samt udarbejde den endelige strategipræsentation til godkendelse i SE-koncernen.



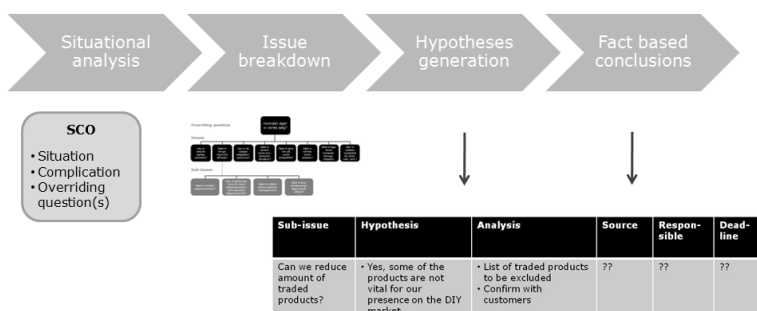
Factor3 organiserede strategiprocesen med en tværgående styregruppe bestående af landecheferne for de fire forskellige lande samt SEs overordnede ansvarlige for Gør-det-selv-markedet. I hvert land blev der nedsat en arbejdsgruppe som skulle bidrage til analysearbejdet samt til bearbejdning af strategiske issues og scenarieinput. Endvidere blev arbejdet løbende støttet af beregninger og simuleringer foretaget fra centralt hold.

Hele strategiprocesen skulle gennemføres inden for 1½ måned af hensyn til timing i koncernbeslutningsprocessen, hvilket stillede store krav til fokus og effektivitet samt til koordineringen af arbejdet på tværs af de fire lande.

Arbejdet blev tilrettelagt som en klassisk forretningsstrategiproces, omfattende

- Strategiske analyser (makroanalyse, industrianalyse, konkurrentanalyse, markedsanalyse og intern virksomhedsanalyse - performance, strategiske kapabiliteter, SWOT osv.)
- Generering af strategisk alternativer
- Økonomiske simuleringer
- Valg af alternativ og detaljering af strategien, herunder målsætninger og detaljerede salgsforecasts osv.

Som følge af, at der allerede var afdækket en række konkrete strategiske issues, som strategien skulle give svar på, blev der tillige arbejdet parallelt med en problemanalyse for at sikre at alle strategiske spørgsmål blev identificeret og prioriteret undervejs.



## RESULTATER

Gør-det-selv strategien blev udarbejdet i nordisk fællesskab og blev færdiggjort indenfor den afsatte tidsramme. Efterfølgende blev strategien behandlet i SEs internationale organisation. Som følge af det strategiske arbejde er der i dag en klar forretningsstrategi for tilgangen til Gør-det-selv-markedet.