

STRATEGI

Forretningsstrategi

Forretningsstrategi handler om at skabe og fastholde en attraktiv position i markedet, som optimerer nøgleinteressenternes forventninger.

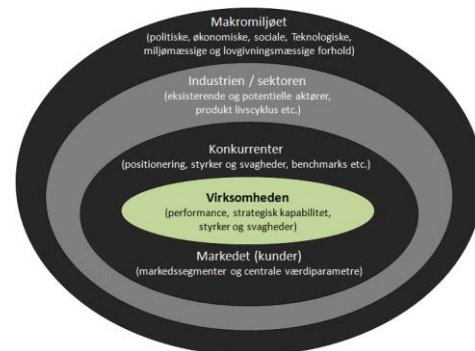
TYPISKE UDFORDRINGER

Konkurrencen er hård. Markederne er i stadig forandring og bliver mere og mere globale, hvilket til stadighed bringer nye aktører på banen og øger markedskompleksiteten. Samtidig skærpes konkurrencen af tungt omkostningsfokus med det mål at kunne levere mere for mindre!

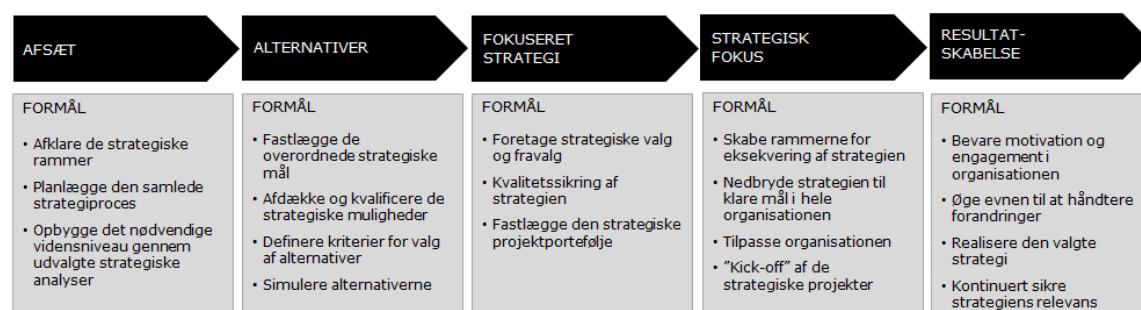
De skærpede forhold i virksomhedens omgivelser nødvendiggør:

- Fokuserede forretningsstrategier af høj kvalitet, hvilket sikres med relevante strategiske analyser, involvering af nøgleinteressenter, evaluering af strategiske alternativer samt klare til- og fravalg
- Høj realiseringshastighed ("time-to-market") og et stærkt strategisk beredskab.

Uden en klar forretningsstrategi, som styrende prioriteringsredskab, kan man havne i en situation, hvor de "strategiske" initiativer bliver reaktive, for mange og ukoordinerede. Konsekvensen af dette er manglende resultatskabelse for de enkelte initiativer, og en svækkelse af den strategiske position.



FACTOR3'S TILGANG



Factor3 bistår med at planlægge og facilitere den samlede strategiproces. Factor3's fem-fasede strategiprocesmodel er "tung i begge ender"! Den er designet til at hjælpe jer sikkert gennem den samlede strategiproces – den er lige så eksekveringstung, som den er udviklingstung. Det giver ingen mening at eksekvere noget, som ikke er udviklet baseret på rigtig og tilstrækkelig viden. Omvendt giver det heller ikke mening at udvikle noget, som organisationen hverken har rammerne, evnerne, eller viljen til at eksekvere!

Selvom vi har nogle faser, som vi altid tager udgangspunkt i, så tror vi ikke på "one size fits all". Vi skræddersyer altid strategiprocesen i fællesskab med jer, med udgangspunkt i jeres situation, behov og præferencer.

Platformen for det strategiske arbejde er en solid og fælles forståelse af virksomhedens situation og mulighedsrum, herunder viden om virksomhedens strategiske modenhed; omverdenen (makromiljøet, industrien, kunder og konkurrenter); virksomhedens ressourcer, strategiske kapabiliteter, performance og beredskab; samt centrale interessenters forventninger.

Involvering af organisationen i strategiarbejdet er afgørende for opbygning af forståelse, ejerskab og forandringsenergi. Og i slutningen af strategiprocesen arbejdes med at gøre strategien fokuseret (få mål og initiativer, som vi skal lykkes med), og etablere et vedvarende fokus på strategien i hele organisationen (målnedbrydning, incitamenter, løbende opfølgning mm.).

CENTRALE SPØRGSMÅL

Forretningsstrategien skal svare på følgende overordnede spørgsmål:

- Hvilke mål har vi for vores forretning på langt, mellemlangt og kort sigt?
- Hvilke markeder og kundegrupper vil vi fokusere på?
- Hvilke produkter/services vil vi tilbyde? Og hvad er vores unikke "value proposition" / kundeværdiparametre?
- Har vi strategiske kapabiliteter, som kan udnyttes / bør styrkes?
- Har vi konkurrencemæssige fordele i relation til vores nærmeste konkurrenter? Og hvordan fastholdes disse?
- Hvordan ser vores forretningsmodel ud?

KONTAKTPERSONER

Hvis du vil vide mere, kan du kontakte Ulrik Marxen (+45 31173303) eller Michael Tvermoes (+45 31173302).