

## STRATEGI

# Funktionsstrategi

Det særlige ved funktionsstrategien er, at kunderne er interne i virksomheden. Så fokus er primært, hvordan den pågældende funktion bedst muligt understøtter et eller flere forretningsområder og/eller andre centrale funktioner i virksomheden i dag og i fremtiden.

### TYPISKE UDFORDRINGER

Det er en krævende opgave for funktionschefen, til stadighed at sikre, at enheden er i takt med "kunderne", og samtidig bidrager til succesfuld realisering af koncernstrategien og relevante forretningsstrategier. Lykkes dette ikke, risikerer enheden et liv ude af takt med "kundernes" behov, hvilket kan gøre forretningsområderne metaltrætte i forhold til brugen af og samarbejdet med enheden. Den overordnede udfordring er derfor at kunne svare på og indrette sig efter følgende 3 overordnede spørgsmål: Hvordan opleves vi og hvorfor? Hvad er det præcist "kunderne" efterspørger – nu og i fremtiden? Og hvordan indfrier vi "kundernes" behov bedst muligt?

Uden en klar funktionsstrategi som styrende prioriteringsredskab, kan man havne i en situation, hvor de "strategiske" initiativer bliver for mange og ukoordinerede. Med deraf følgende svækkelse af medarbejdernes motivation og mening i det daglige arbejde, samt en gradvis udvanding af værditilførslen til forretningsområderne.

### FACTOR3'S TILGANG



Factor3 bistår med at planlægge og facilitere den samlede strategiproces på funktionsniveau. Factor3's fem-fasede strategimodel er "tung i begge ender"! Den er designet til at hjælpe jer sikkert gennem den samlede strategiproces – den er lige så eksekveringsstung, som den er udviklingsstung. 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.

Som fundament for det strategiske arbejde gennemføres udvalgte analyser, herunder interessentanalyse, problemanalyse, kortlægning af kundeværdiparametre, effektivitetsberegninger og tilfredshedsmålinger.

Involvering af centrale medarbejdere 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 funktionen (målnedbrydning, incitamenter, løbende opfølgning mm.).

### CENTRALE TEMAER

Funktionsstrategien fokuserer typiske på nedenstående temaer:

- Mission, vision og "value proposition" (vores formål, rolle og hvordan vores "kunder" skal opleve os)
- Strategiske mål (omkostninger, tilfredshedsmålinger, nøgletal vedr. effektivitet etc.)
- Ydelser og kompetencer i fremtiden?
- Partnere og leverandører (outsourcing / in-sourcing, offshoring etc.)?
- Processer og systemer
- Organisering og dimensionering.

### KONTAKTPERSONER

Hvis du vil vide mere, kan du kontakte Ulrik Marxen (+45 31173303) eller Lene Andersen (+45 42472100).