

Estrad, Playhouse Teater, Stockholm, 6 mars 2017

Om konsten att stärka företag med tillväxtpotential

Johan Ahlström
Magnus Klofsten
Tord Lendau

Agenda

- ❑ Utvecklingsprogrammets historik, struktur, process och dessa företag och entreprenörer
- ❑ Hur nås och entusiasmeras entreprenörer att delta?
- ❑ Hur kan entreprenörer tränas och sparras?
- ❑ Hur mäter man resultatet av ett program?
- ❑ Vilka är framgångsfaktorerna?
- ❑ Frågor och diskussion

1986 startades ett träningsprogram för företag med rötter i Linköpings universitet – **”Utvecklingsprogrammet”**

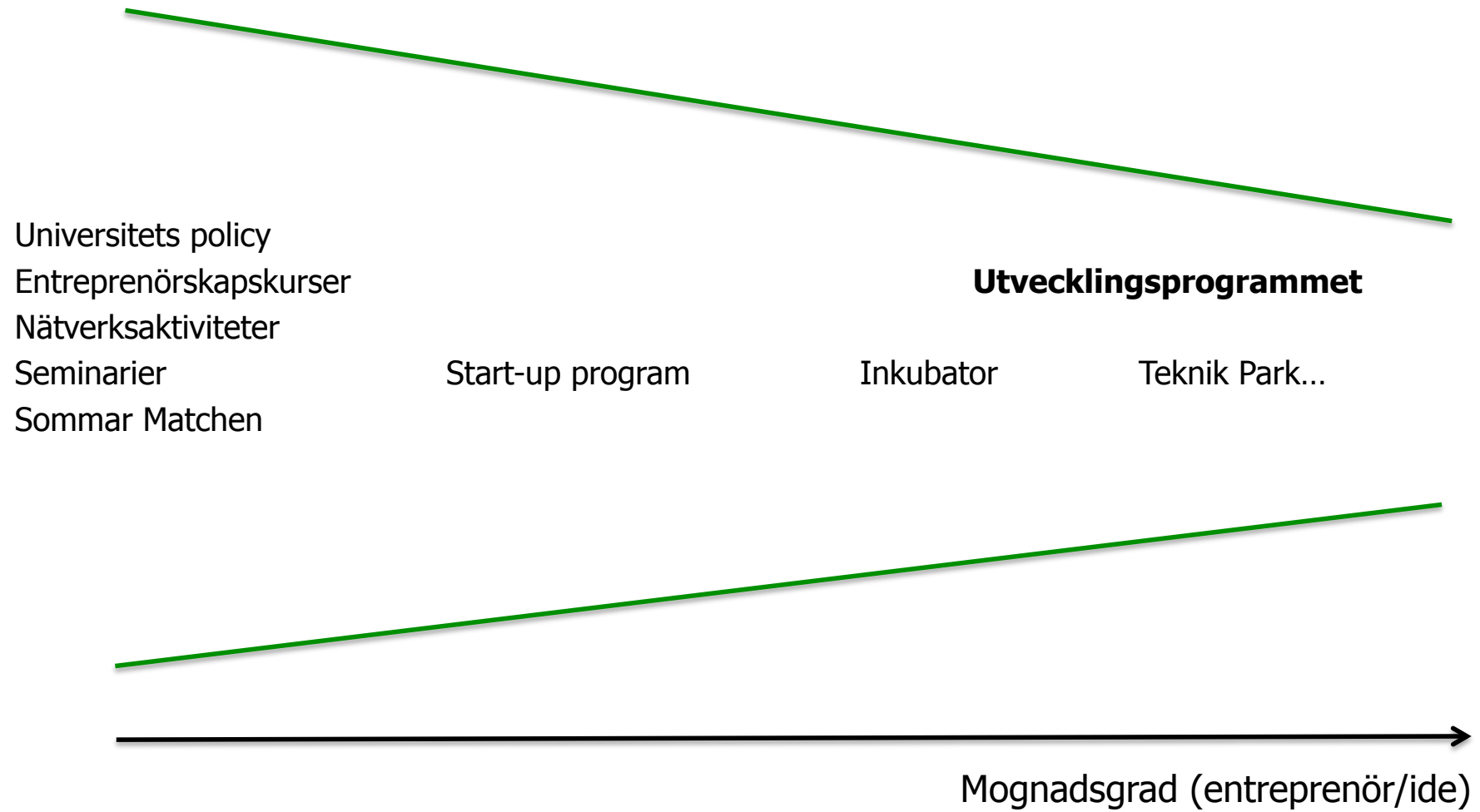
Sedan dess har drygt 500 personer från 200 företag deltagit i de 25 program som har genomförts. Flera företag har vuxit kraftigt, skapat tusentals nya arbetstillfällen och är i dag etablerade på världsmarknaden

Tänkarna bakom programmet har hela tiden varit att ledningen i företagen behöver kvalificerad sparring för att effektivare kunna handskas med knäckfrågor relaterade till tillväxt och utveckling

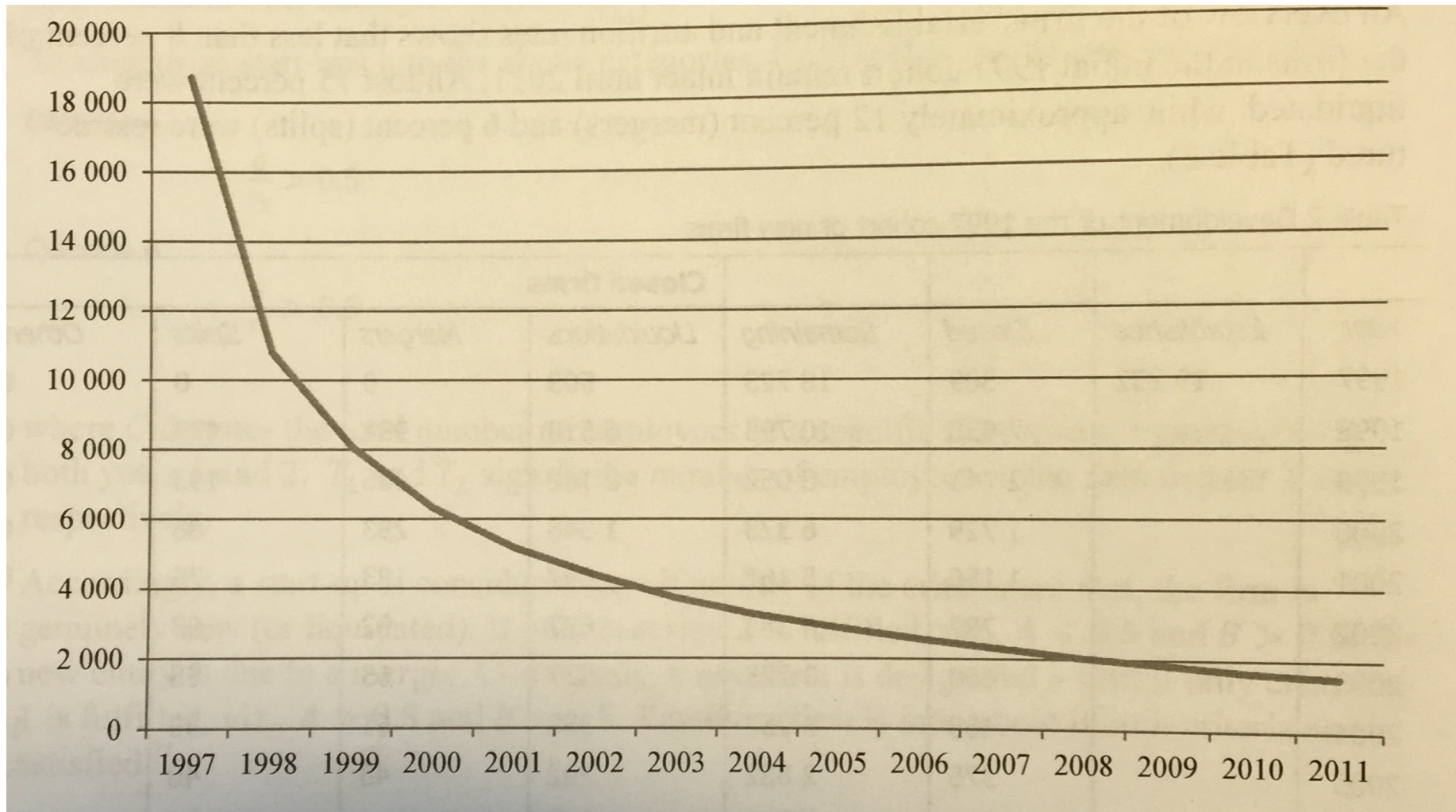
Grundtankarna i programmet

- ❑ Målgrupp; teknikbaserade företag som lämnat start-fasen
- ❑ Innehållet; praktiskt orienterat och baserat på de verkliga behov
- ❑ Ledning; entreprenör (generalist) med en bred egen erfarenhet
- ❑ Genomförandet; gruppdynamik där erfarenheter och kompetensen hos deltagarna själva blir en förutsättning för framgång
- ❑ Finansiering; deltagandet ska inte vara gratis
- ❑ Koordineringen; universitet (administrativ kapacitet) tillsammans med SMIL

Utvecklingsprogrammets positionering

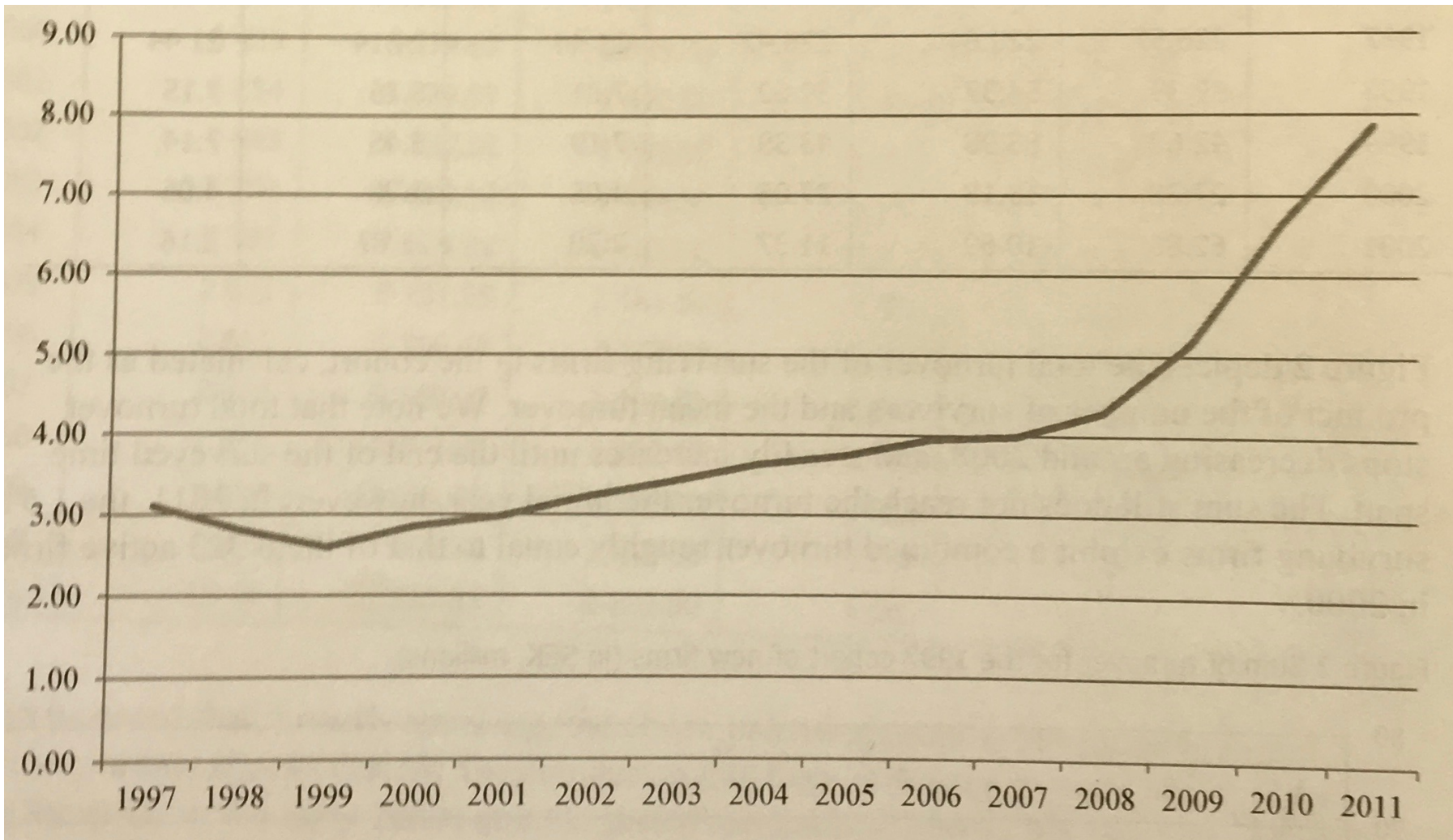


Antalet startade och överlevande företag i Sverige mellan 1997-2011



Tillväxtanalys (2016)

När företag börjar växa!



Tillväxtanalys (2016)

Vanliga knäckfrågor (topp 5)

- ❑ Ägarfrågor
- ❑ Samarbetsformer
- ❑ Försäljningsorganisation
- ❑ Belöningsystem för ledningen och personal
- ❑ Styrelsefrågor

Fakta om företagen

- ❑ Genomsnittlig (och median) ålder; 5 år
- ❑ Genomsnittlig (och median); 10 mkr
- ❑ Flest företag inom datakonsulting, program- eller hårdvaruutveckling, datasäkerhet, kretskonstruktion och kommunikation
- ❑ De 16 största företagen hade vid deras första deltagandet i programmet tillsammans 420 anställda och omsatte totalt 360 mkr
- ❑ Under 2016 arbetade drygt 6 000 anställda i dessa företag och den totala omsättningen var 5 miljarder kronor. De fem största företagen bland dessa 16 stod för drygt 80 procent av ökningen i antal anställda och omsättning

Företag som deltagit flera gånger

- ❑ Sectra (14), ACE Simulation/HiQ (10), Enea Epact (8), Integrated Vision Products, IVP (6) & Psykologpartners (6)
- ❑ Ett åttiototal företag (40 %) har gått programmet 2 gånger
- ❑ Ett tjugotal företag (10 %) har gått programmet 5 gånger eller mer

Varför delta flera gånger?

“Vårt företag har gått utvecklingsprogrammet ett halvt dussin gånger! Varför? Jo främst för att programmet med sitt upplägg är ett utmärkt sätt att jobba igenom sina knäckfrågor och detta är en långsiktig process. Dessutom har jag ständigt tagit med mig nya medarbetare dels för att de skall utvecklas sig men även för att vi skall tala samma språk i företaget”.

Hur går det till rent praktiskt?

Hur nås och entusiasmeras entreprenörer att delta?

- Nås:
 - Nätverk: SMIL/LiUs, våra egna nätverk
 - Tidigare deltagare går om med nya knäckfrågor
 - **Tidigare deltagare är mycket nöjda och säljer in till andra bolag.**
 - Minimal bearbetning via sociala medier
 - Programmen är alltid fulla och det är kö till nästa

- Entusiasmeras:
 - Vilka blir inte entusiasmerade av att få jobba med den viktigaste frågan i det man brinner för **"sitt bolag"**!
 - Deltagarna får nycklar till att bygga lönsamma tillväxtbolag
 - Sätter ihop gruppen med företag med likande värderingar
 - Detta är ingen kurs utan ett sätt att frigöra tid att jobba med företagets viktigaste fråga ihop med andra mycket kompetenta personer

Hur kan entreprenörer tränas och sparras?

Miljö

- ❑ Deltagarna blir skuggstyrelse till varandra i en trygg miljö
- ❑ Försvara och massera sin fråga med likasinnade med högt i tak
- ❑ Roligt och teambildande samkväm
- ❑ Många infallsvinklar och rätt frågor hjälper deltagarna
- ❑ Lugna och avsides platser skapar kreativa idéer till alla

Processen (3 möten på 1.5 dagar över 10 månader)

- ❑ Först hitta bolagets viktigaste flaskhals. Det är den knäckfråga på styrelsenivå (1-3 års sikt) som behöver lösas för att bolaget skall ta sig vidare mot sitt mål.
- ❑ Sedan ta fram åtgärdsplan för att lösa bolagets viktigaste knäckfråga
- ❑ Därefter arbeta med att lösa upp knäckfrågan
- ❑ Avslutningsvis avrapportering

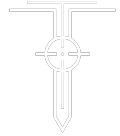
1. Det gäller att se till skapa tid för att jobba med, eller komma fram till det som är viktigt



2. Arbeta med att identifiera rätt flaskhalsfråga



3. Arbeta med planen hur du löser din fråga



4. Rapportera vad ditt resultat blev!!!



Hur mäter man resultatet av ett program?

- ❑ **Vad blev resultatet av programmet?**
 - ❑ Hur många löste eller förbättrade sin knäckfråga?
 - ❑ Graden av att hitta och effektivt lösa sin knäckfråga för varje bolag.
 - ❑ Hur många som vill gå om flera gånger

- ❑ Man måste komma ihåg att detta program är en del av alla interna aktiviteter och externa händelser som ett bolag påverkas av
 - ❑ Men om **alla** deltagarna säger att programmet har hjälpt dem mycket att ytterligare bygga bolaget så tar vi det som ett godkänt betyg

- ❑ **Programmet avslutas med att alla svarar i plenum på två frågor**
 - ❑ Vad gjorde vi bra?
 - ❑ Vad kan vi göra bättre?

Vilka är framgångsfaktorerna?

1(2)

- ❑ Engagerad programledning
- ❑ Öppenhet mellan deltagande entreprenörer
- ❑ Viljan bland företagen att dela idéer och erfarenheter
- ❑ Hög nivå på engagemanget bland deltagarna

Vilka är framgångsfaktorerna?

2(2)

- ❑ Tolerans för olika åsikter när problem diskuteras
- ❑ Informellt och flexibelt program
- ❑ Behovsorienterade processer i programmet
- ❑ Kontinuerligt lärande bland de deltagande företagen

Vad säger tidigare studier...?

- ❑ Tillväxtföretag är verksamma i en komplex och snabbt föränderlig miljö som kräver en ständig utveckling som ger möjlighet till ett ständigt lärande, innovation och entreprenörskap
- ❑ Företag ställs inför olika utmaningar kopplade till deras mognadsgrad, storlek, kunderbjudande, marknad och företagskultur
- ❑ Det finns ett visst motstånd bland entreprenörer att delta på aktiviteter likt Utvecklingsprogrammet

**Glöm inte att
ha kul !**



Programledare idag

Johan Ahlström

- ❑ Serieentreprenör
- ❑ Styrelseordförande
- ❑ Mentor
- ❑ Modellflygare

johan.ahlstrom@abeama.com

Tord Lendau

- ❑ Serieentreprenör
- ❑ Styrelseordförande
- ❑ Mentord
- ❑ Amatörkock

tord@lendau.se

- ❑ Gillar att bygga bolag och människor
- ❑ Passionerade med att få hjälpa till
- ❑ Älskar tillväxtbolag
- ❑ Har ingen prestige (nästan)
- ❑ Har mångsidiga erfarenheter i tillväxt
- ❑ Transparanta och raka
- ❑ Tycker livet är skoj

Anmäl er nu genom att maila:

[SMIL c/o Linköpings Universitet](#)

johan.ahlstrom@abeama.com

+46 734 039501

Tack för uppmärksamheten!
Johan, Magnus & Tord

www.liu.se

End



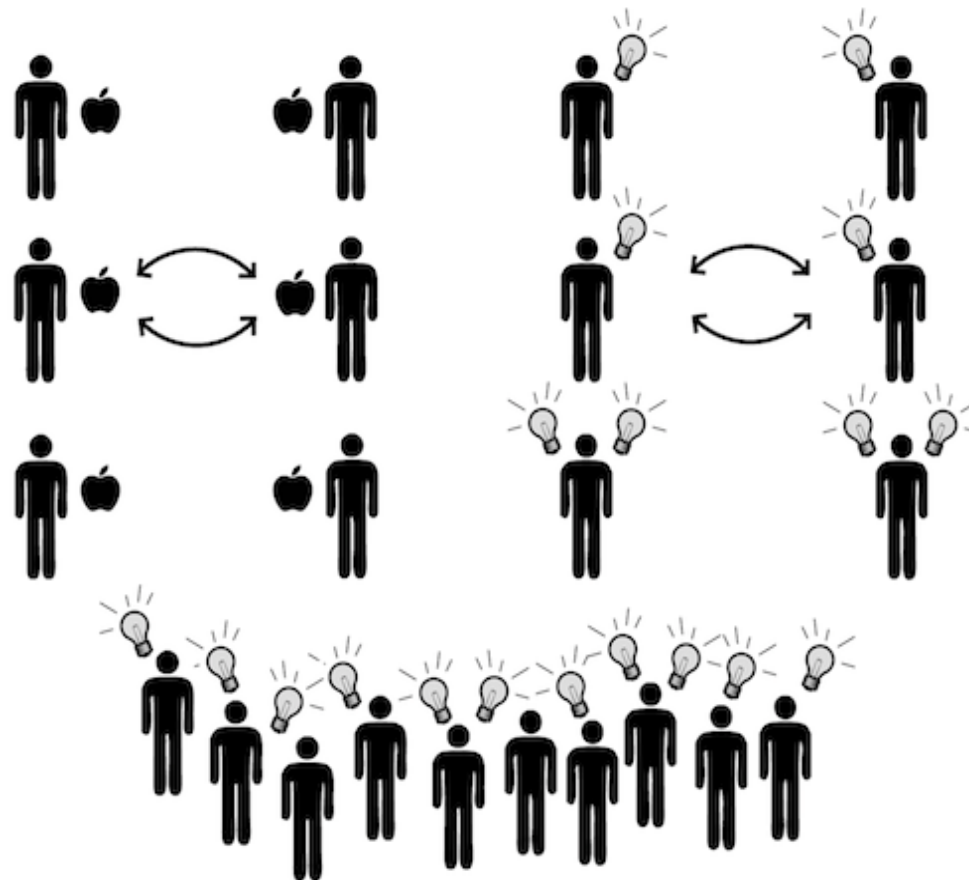
Tillsammans kommer vi fram till bättre idéer

Det gäller att deltagarna får förtroende för programledarna och varandra



Om du har en ide
Och jag en
och vi delar

Så har vi två ...var!



Ge inte Upp



Ibland så är det så att man inte ser att man försöker göra allt själv – istället för att bygga ett tillväxtbolag

