



Omvärlden förändras - Så blir DU framtidssäkrad!

Det är mycket viktigt att ta reda på hur förändringarna kommer att påverka ditt företagande. Det är insikterna som tar dig steget mot att i framtiden fortsätta skapa lönsamhet och tillväxt.

Förändring på marknaden kan i huvudsak beskrivas i två perspektiv, Kunder och Konkurrenter. I Kundperspektivet förändras behovet och därmed kundens syn på ditt värdeerbjudande medan i Konkurrentperspektivet kommer nya konkurrenter in på marknaden och erbjuder alternativa lösningar - eller har helt nya lösningar, ny teknik. Kundens nya behov tillsammans med dennes syn på ditt värdeerbjudande ställs då mot ett eller flera nya alternativ och dessa nya förutsättningar behöver du hantera.

Du behöver kunna värdera hur bra dina egna insikter är, om förändringen på marknaden har stor betydelse för dig samt att säkerställa och se till att skapa hög beredskap för förändringar. Sedan gäller det att välja rätt aktiviteter och prisstrategier för framtiden genom att jobba mot att bli Framtidssäkrad.



Falsk trygghet

Insikten är låg om hur bakomliggande större trender, nya aktörer och tekniker förändrar synen på ditt värdeerbjudande. Alternativt finns insikten men du vet inte vad du ska göra åt det (se Kortsiktigt Trygg). Det finns fortfarande tid att bygga upp denna kunskap och en analys av din marknadsposition för att skapa insikter kring vilka sorters justeringar du behöver göra i ditt värdeerbjudande och i dina interna processer för att skapa lönsamhet med effektiva processer. Risken finns att du hamnar i Hög Risk om inte du mer noga går igenom den externa marknadsekologin för att förstå dina kunder och dina kunders kunder bättre.

Hög risk

Marknaden förändras och nya konkurrenter och kundernas syn på value proposition förändras. Den stora faran är att låg beredskap hur situationen ska hanteras. Här gäller det att så fort som möjligt skapa insikt om situationen och de åtgärder och strategiska förändringar som behöver genomföras.

Snabba analyser om hur och var man tjänar sina pengar och generera sin lönsamhet behövs. Se även över de eventuella guidelines till säljare som finns så att de inte sänker priser i tron att kunna behålla en affär. Här gäller det att prioritera för att skapa utrymme för att ställa om.

Kortsiktig trygghet

Det här är en ganska bra situation att befinna sig i. Med en hög insikt om förändringar på marknaden samtidigt som marknaden är relativt stabil. Riskerna som finns här är att slå sig till ro och inte ha tydliga utvärderingar av utvecklingen och i stället hamna i Falsk Trygg. De förändringar du ser just nu tyder på litet behov av omställning. Detta kan bekräftas av dina interna källor, kollegor, rapportering, orderingång och resultat fortfarande ser ljus ut. Det finns risk för Falsk Trygg om inte en djupare insikt skapas utifrån din externa omvärld, dina kunders kunder, ny teknik och nya alternativ. Målet för dig är att bekräfta eller justera din interna skapade bild och så att det, vid behov, fortfarande finns tid att göra denna anpassning.

Framtidssäkrad

Ditt proaktiva arbetssätt har gett dig förståelse för hur ditt värdeerbjudande och interna processer över tid ska hanteras för att fortsätta vara lönsam och effektiv. Du delar och har diskuterat denna förståelse med övriga i ledningen samt vilka tänkbara utmaningar och alternativ ni står inför och de aktiviteter ni har är förankrade i scenarion med faktagrund.