

# Virksomhedstype, strategi og produkt

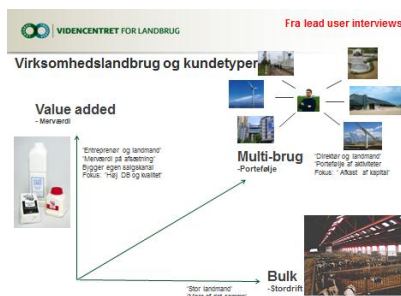
En udvikling af landmandes virksomhed, tager udgangspunkt i **virksomheds type**, hvilken **generisk strategi** der arbejdes efter eller om udviklingen skal ske ved at arbejde med **værdikæden**.

Bulk producenten der vil udvikle sig, har som udgangspunkt fokus på at opnå stordriftsfordele. Denne strategiske udviklingsvej behandles ikke i projekt Værditilvækst.

Multibrug har som udgangspunkt fokus på at opnå samdriftsfordele, men kan også arbejde med etablering af en portefølje af forretningsområder, der i princippet intet har med hinanden at gøre. Samdriftsfordele som strategisk udviklingsvej behandles i projekt Værditilvækst.

Value added virksomheden har ofte fokus på både **differentiering**, værdikæden, **produkt og markedsudvikling**. Alle fire områder behandles i projekt Værditilvækst.

(Klik på det enkelte billede for at få det vist i et større format)

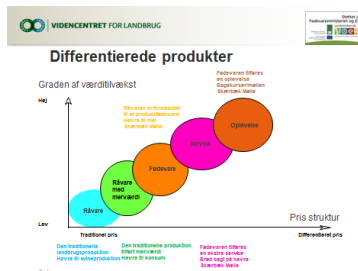


## Værditilvækst – At opnå højere værdi ved primærproduktion

### Generiske strategier

#### Hele markedet contra kundesegmenter

- **Omkostningsleder**
  - **Stordriftsfordele** – Fokus på gennemslagskraft og omkostninger. Den egen værdi skabes på bundniveau ved at fokusere på omkostninger og mere af det samme.
  - **Samdriftsfordele** – Udnyttelse af virksomhedens ressourcer på flere områder. Den egen værdi skabes på bundniveau ved at fokusere på at udnytte mulighederne ved diversifikation, dvs. at udbyde nye produkter til nye markeder med basis i den eksisterende virksomhed.
- **Differentieringsstrategi** – Udnytte mulighederne i at være unik i forhold til andre producenter. Den egen værdi skabes ved at fokusere på nye virksomheder, når muligheden for at udbyde nye produkter, som kunderne vil betale mere for.

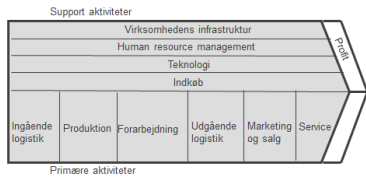


## Værditilvækst – At opnå højere værdi ved primærproduktion

### Værdikæden

- **Horisontal integration** – Fokus på at opnå stordriftsfordele ved at tilknytte sig samarbejdere med tilsvarende virksomheder.
- **Vertikal integration** – Fokus på at opnå værdi ved at arbejde i værdikæden fra leverandører til virksomhedens råvarer, produktion og/eller salg af produkter.

**Værdi kæden**



**Markeds muligheder**



		Markedsudvikling			
		Eksisterende kunder	Nye kunder i eksisterende brancher	Nye kunder i beslægtede brancher	Nye kunder i nye brancher
Produktudvikling	Nuværende produkter	Mersalg af nuværende produkter til eksisterende kunder	Find nye kunder i branchen til nuværende produkter	Find nye kunder i beslægtede brancher til eksisterende produktprogram	Salg af nuværende produkter til helt andre markeder/brancher
	Bestående produkter	Salg af modificerede produkter/ydelser til eksisterende kunder	Salg af tilpassede produkter til nye kunder inden for eksisterende brancher	Salg modificerede produkter til beslægtede brancher	Modificerede produkter til nye kunder i helt andre brancher
	Nye produkter	Salg af nyudviklede produkter til eksisterende kunder	Nyt produkt til ny kunde i eksisterende brancher	Nyt produkt til kunder inden for beslægtede brancher	Nyt produkt til helt nye markeder