



AP 1 EN GOD OMVERDENSANALYSE SKABER EN MERE ROBUST STRATEGI FOR VIRKSOMHEDEN

STØTTET AF

Promilleafgiftsfonden for landbrug

Ny inspiration til omverdensanalyse giver et bredt input til strategianalysefasen. Er din forretningsmodel holdbar på den lange bane? Skal du fokusere på din kerneforretning? Valgene er mange og vigtige.

STRATEGIEN SKAL STÅ PÅ TO BEN

Analysefasen i strategiarbejdet skal både have et internt fokus og et eksternt fokus. Med den interne fokus analyseres virksomhedens styrker og svagheder. Det kan være en analyse af det interne regnskab både med hensyn til strategiske nøgletal og også de mere taktiske nøgletal, som kan sige noget om den nuværende produktivitet. Herudover kan der analyseres på f.eks. rekrutteringsudfordringer, ledelsesbehov og ledelseskompetence i virksomheden.

Ved analyse af de eksterne forhold fokuseres på de muligheder, men også de trusler, der er til stede i omverdenen. Det er vigtigt at skabe sig et overblik over holdbarheden i den forretningsmodel, du har valgt. Holder den på kort, mellem- og langt sigt? Hvilke parametre skal du holde øje med for at opdatere din vurdering? Og er der ny teknologi eller forretningsudvikling udenfor kerneforretningen, som skal have opmærksomhed?

Hent denne Power Point som inspiration.

Strategien skal stå på to ben

NY TEKNOLOGI – KAN DET NEDBRINGE DIN FREMSTILLINGSPRIS?

Der skabes meget ny teknologi indenfor det primære landbrugserhverv. Hvad skal implementeres på din bedrift indenfor de næste 5 år, og hvilken teknologi skal ikke være en del af din måde at producere på? Orientering om muligheder og dét at foretage aktivt til- og fravalg er et af de vigtige områder i den eksterne strategianalyse. Er graden af teknologianvendelse i tråd med din strategi? Skal du være First Mover eller Second Fast?

Teknologien skal ikke kun være spændende eller bekvem. Fuld teknologiimplementering betyder, at investeringen bidrager positivt til bundlinjen.

Hent denne Power Point som inspiration.

Ny teknologi?

MEGATRENDS MED BETYDNING FOR PRIMÆRLANDBRUGET

Der skal produceres mere mad i fremtiden. Men er det os, der skal producere den? Når din strategi for virksomheden skal udarbejdes, er det meget vigtigt at forholde sig til kunderne – slutforbrugerne. Hvilke strømninger findes der ved dem, og hvordan vil det over tid påvirke din forretningsmodel? Ved at orientere sig om de mest betydende megatrends for primærlandbruget kommer du til at forholde dig til kundesegmenter, deres købekraft og deres krav til fremtidens fødevarer. Nogle af disse krav skal håndteres af andelsvirksomhederne, f.eks. at den gennemsnitlige tilberedningstid af et måltid er gået fra 90 minutter i 1950 til 30 minutter i 2015. Så efterspørgslen efter "Convenience" er eksploderet. Andre af kravene fra fremtidens forbrugere skal du forholde dig til som producent. Investerer du f.eks. i et produktionssystem, som har en afskrivningstid på 10-15 år, skal forbrugerne acceptere dette produktionssystem i denne periode. Her har vi burhøns og de berigede bure som det mest voldsomme eksempel.

Hent denne Power Point som inspiration.

Megatrends med betydning for primærlandbruget

HVILKEN FORRETNINGSMODEL SKAL DU VÆLGE?

Nytænkning af landbrugets forretningsmodel er nødvendig for, at flere landmænd fremadrettet kan tjene penge. Det er der ikke noget nyt i. Nedenfor finder du en oversigt over mange af de banebrydende styrkepositioner, som dansk fødevarerproduktion har opnået. Hvilket parameter bliver det næste betydende i 20'erne og 30'erne? Et godt bud kunne være sundhed.

DANSK FØDEVAREPRODUKTIONS STYRKE

- 50 og 60'erne: Produktivitet (vi skal have nok)
- 70 og 80'erne: Kvalitet (det skal være godt)
- 80 og 90'erne: Fødevaresikkerhed (det skal være sikkert)
- 00 og 10'erne: Bæredygtighed (tag samfundsansvar)
- 20 og 30'erne: Sundhed (vi skal leve sundt)

Samt segmenterede
højværdifødevarer



36

For at forbedre din forretningsmodel eller skabe nye forretningsområder, f.eks. via direkte afsætning til forbrugeren eller supermarkederne, er det nødvendigt at kende detaljerne i din eksisterende forretningsmodel.

Hent denne Power Point som inspiration.

Hvilken forretningsmodel skal du vælge?

DET SKAL DU VIDE, FØR DU GÅR I GANG MED STRATEGIARBEJDET

Når man arbejder med sin strategi, er det vigtigt, at der er én, der kan stå for processen, så man sikrer udbytte af strategiarbejdet. Her er det vigtigt, at rådgiveren har erfaring med strategiprocesser fra mere end 6-8 processer om året.

Vil du i gang med en strategiproces? Så tag fat i din rådgivningsvirksomhed, og lav en aftale med en erfaren strategirådgiver.