



FREDRIKSTAD
NÆRINGSFORENING

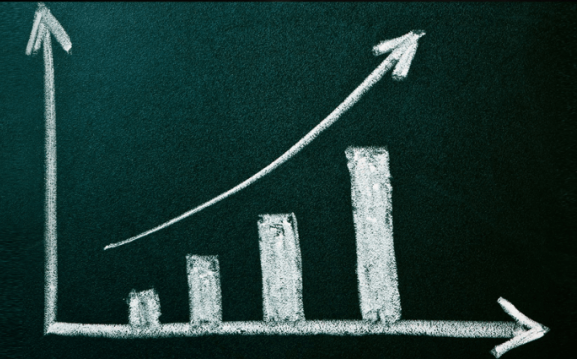
Ambisiøse Bedrifter- programmet

Status høsten, 2021



Ambisiøse bedrifter

- Et program for å skape vekst blant regionens bedrifter, sponset av Viken og Fredrikstad kommune
- Gjennomført i regi av Fredrikstad Næringsforening
- Fokus på å gjøre deltakerbedriftene i stand til å oppnå lønnsom vekst i omsetning og arbeidsplasser.



Tidslinje

- Pilot startet i 2019
- Flere fagsamlinger, både på tvers av bransjer og bransjevis (f.eks. regnskap/revisjon/rådgivning)
- Prosjektet styrket i 2020 gjennom ansettelse av nye dedikerte ressurspersoner
- Oppstart i februar 2021, med korona-tilpasset struktur: 1-1 sparring



Ingar Skiaker og Robert Sjøborg



Hvem er vi?



- Robert Sjøborg
 - Lang erfaring med markedsstrategi fra noen av Norges ledende bedrifter.
 - Bred erfaring fra konsulentvirksomhet på tvers av ulike bransjer.
- Ingar Skiaker
 - Erfaren toppleder med bakgrunn fra internasjonal industri og shipping.
 - Fokus på eierstyring og strategi.



Status oppstart vår/sommer 2021

- Digitalt oppstartsseminar i februar med ca. 100 deltakere
- 14 bedrifter påbegynt programmet
- 12 har enten fullført / er i slutfasen
- Fra 2-160 MNOK i omsetning
- 2-40 ansatte
- 10 i Fredrikstad, 1 i Råde, 1 i Sarpsborg
- Endelig oppsummering for hver ila høsten
- Oppfølgingsavtaler tilbys via NHØ og SIVA



Målsetning nr.:

Målsetning	Tiltak	Ansvarlig	Tidspunkt
Oppnå X	Tiltak 1: gjøre XYZ	Ola	Nov 2021
	Tiltak 2: gjøre XYZ	Kari	Des 2021
Oppnå Y	Tiltak 1: gjøre XYZ	Per	Okt 2021
	Tiltak 2: gjøre XYZ	Pål	Jan 2022



Status oppstart høst 2021

- Fysisk morgenmøte om eierstrategi i september, med ca. 100 deltakere
- 11 bedrifter under oppstart
- Fra 2-180 MNOK i omsetning
- 2-125 ansatte
- 8 i Fredrikstad, 1 i Råde, Sarpsborg, og Askim
- Ytterligere dialog med næringsforeningene i Sarpsborg, Moss, Indre Østfold, Halden.



Hva slags eier er/har du?





FREDRIKSTAD
NÆRINGSFORENING

Viktigste arbeidsmodeller i Ambisiøse bedrifter- programmet

(tilpasses behovet til den enkelte bedrift)



Arbeidsprogram

1. Oppstartsmøte
2. Etablering av mulighetsområde
3. Kartlegging av vekstmuligheter
4. Beskrive forretningsmodell for vekststrategi
5. Gjennomgang med styre og eiere
6. Utarbeide handlings- og kommunikasjonsplan



En prosess for
å planlegge
fremtiden

Ambisiøse bedrifter - faglige temaer

1 Å sette seg riktige strategiske mål

- Å kartlegge vekstretninger og – muligheter
- Å posisjonere seg riktig i konkurranselandskapet

2 Å lage en konkurransedyktig forretningsmodell

- Å forstå sine konkurransefortrinn
- Å forstå sine kunders behov

3 Å utøve godt eierskap og lederskap

- Bevissthet om eierskapsrollen
- Å utnytte Styret, ledelsens og de ansattes kompetanse

Ambisiøse bedrifter

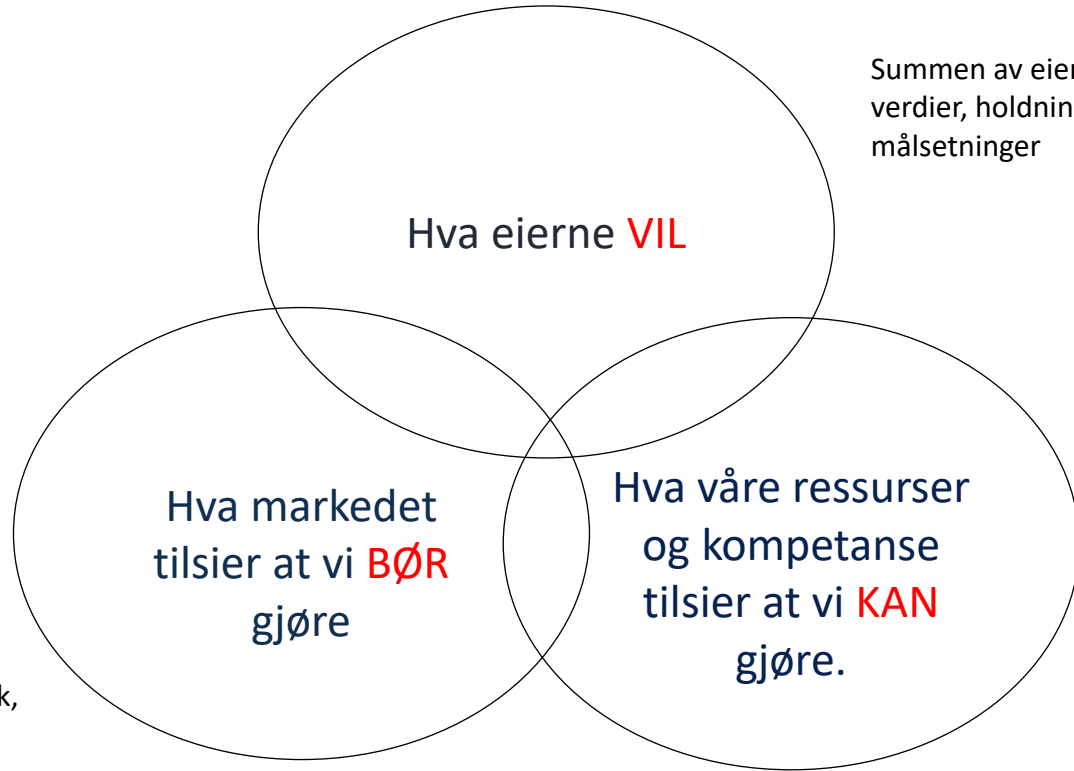
Gjennomgående funn hittil:

- Eiernes ambisjoner og føringer er helt avgjørende
- «Vekst» er et resultat av eiernes vilje og beslutninger



Ingar Skiaker og Robert Sjøborg

Hvordan etablere strategiske mål?



Summen av eiernes føringer,
verdier, holdninger,
målsetninger

Hva eierne **VIL**

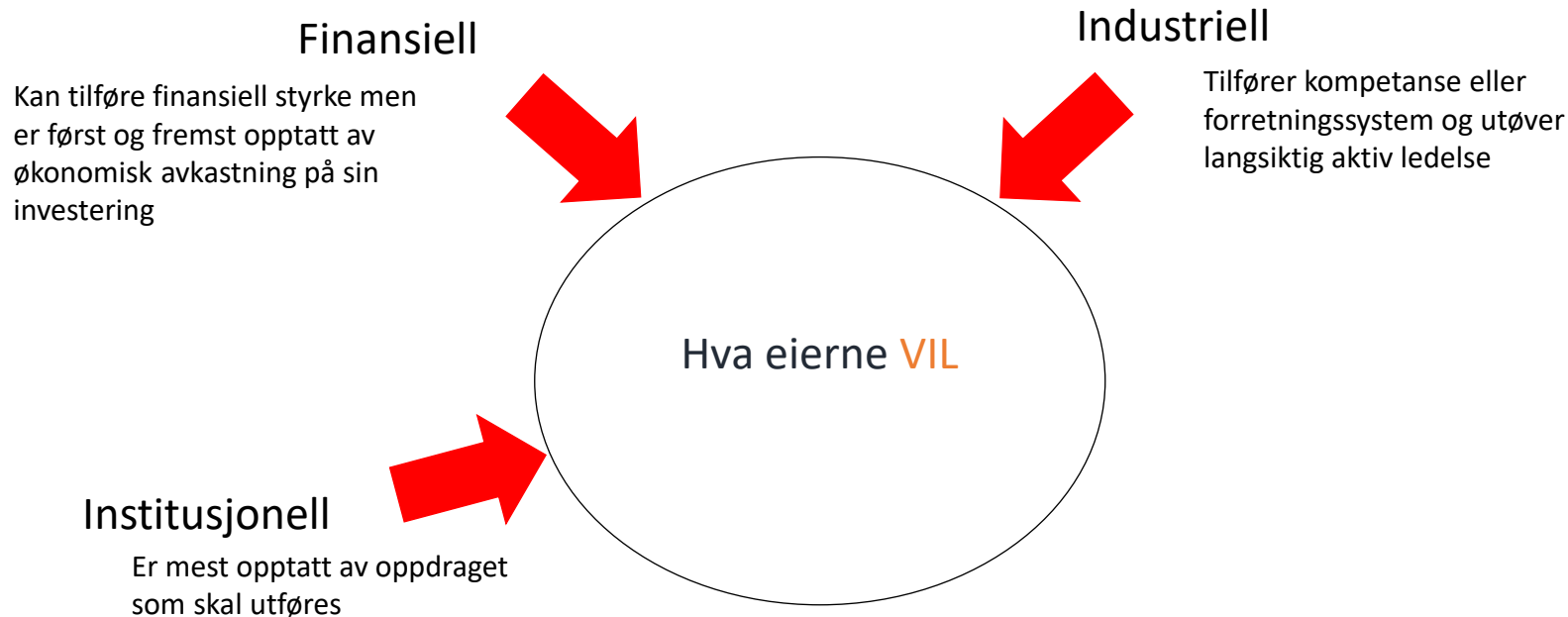
Hva markedet
tilsier at vi **BØR**
gjøre

Hva våre ressurser
og kompetanse
tilsier at vi **KAN**
gjøre.

Hva er vi i stand til (eller ikke)
gitt de ressursene vi rår over?
Hva må evt. til?

Hva tilsier de eksterne
rammevilkårene? (Kunder,
trender, økonomien, politikk,
osv.)

Hva slags eier er/har du?



Vekstrosen

(å se mulighetene folde seg ut)

Mange mulige dimensjoner
(ingen fasit)

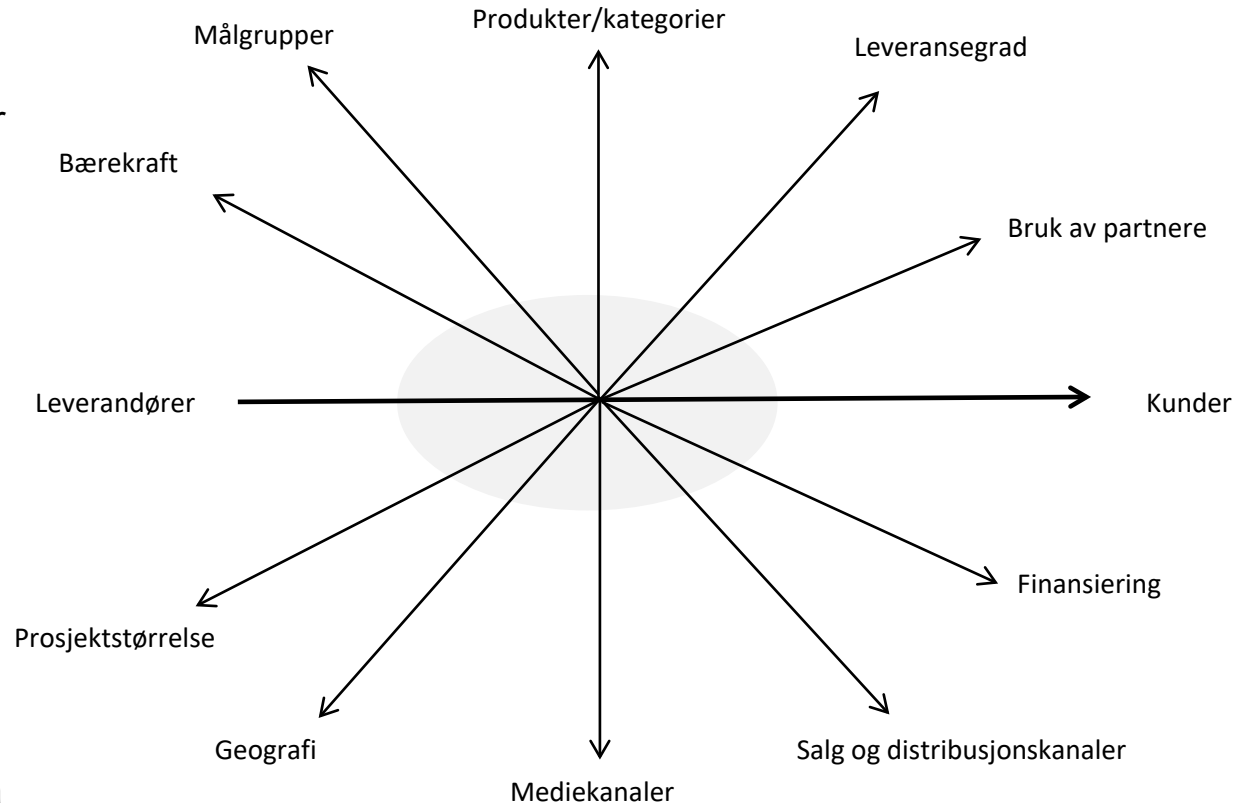
Hvordan kan vi ta det ett
skritt videre?

Hva er konsekvensene av
å ta det ene steget?

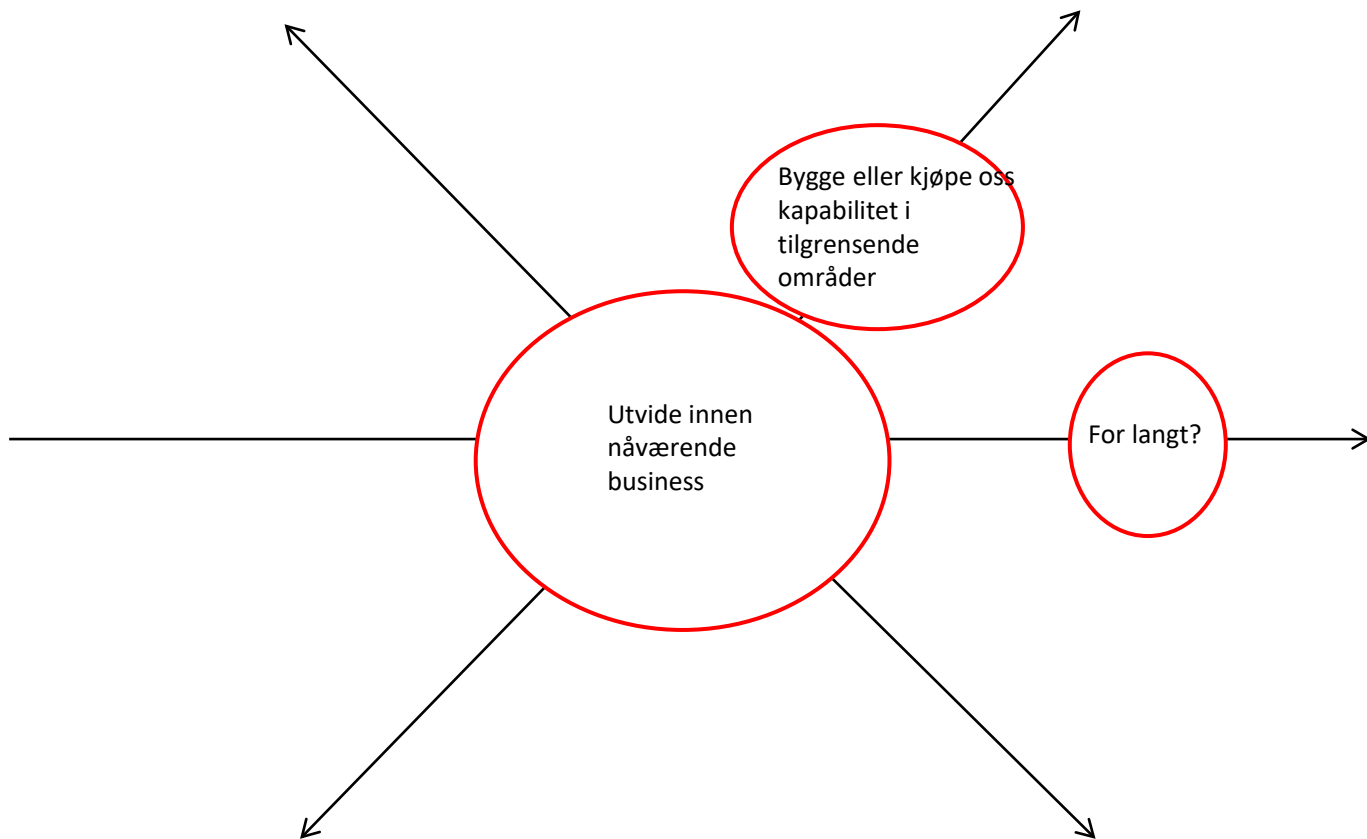
Forstå risiko og belønning
ved hvert steg.

Prioritering & rekkefølge.

Lavt-hengende frukt kontra
langtidsplanlegging

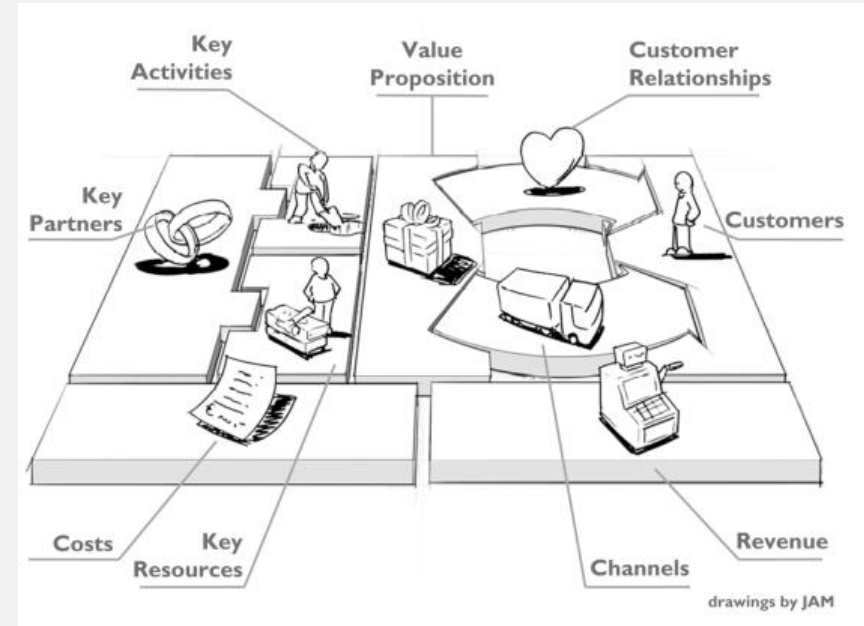


Hvor langt er FOR langt?



Forretningsmodell

- Når man først har bestemt seg for hvilken retning man skal gå, så må man finne ut av hvordan man skal gjøre dette best mulig.
- Man må sette sammen en forretningsmodell som leverer optimalt.



A

Hva leverer du?

B

Til hvem?

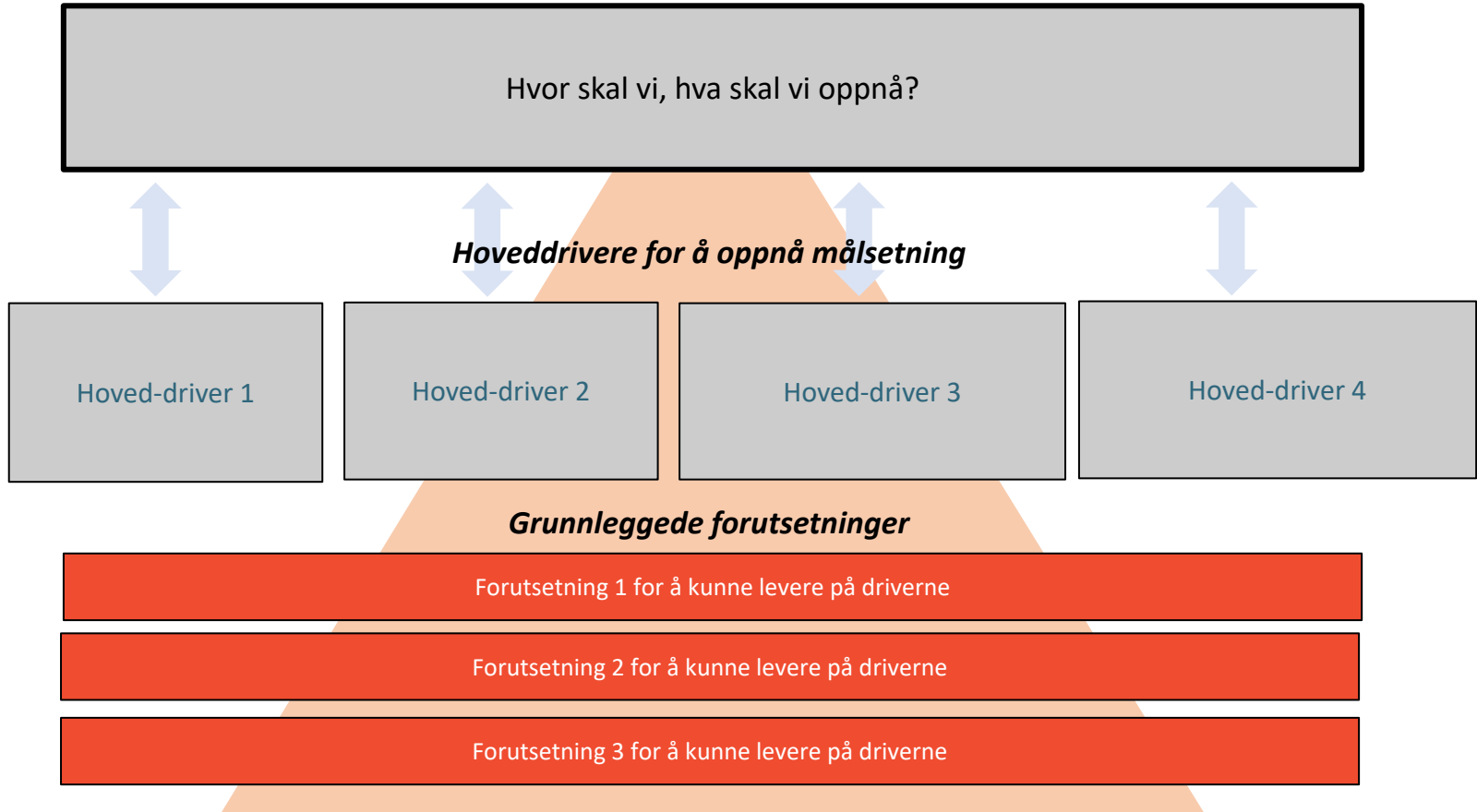
C

Og til hvilken fordel?

FNF foretrukket format for Merkevareplattform

Kategori & segment	I hvilket marked opererer vi? Hvilket behov er det vi hovedsaklig løser? Hvem konkurrerer vi mot?
Kontekst / situasjon som gjør merket relevant	Hva skjer i markedet som gjør vårt produkt eller merke spesielt relevant? Er det noen trender e.a. på gang som drar i vår retning?
Målgruppe	Hvem henvender vi oss til? Hvem skal vi selge til, og hva kjennetegner disse?
Nøkkelinnsikt om målgruppen	Hva vet vi om disse menneskene og deres behov? Hva motiverer dem, hvorfor kjøper de og hvorfor lar de evt. være å kjøpe?
Merkets fordeler	Hva er det vi tilbyr som løser målgruppens behov? Hva er våre Unique Selling Points (USP) som er relevante for behovet vi møter?
Understøttende bevis	Hvorfor skal de tro på oss? Hvilke bevis eller faktorer gir troverdighet for vårt budskap?
Merkets rolle	Hvilken rolle skal vi spille i deres liv eller virksomhet?
Merkets personlighet	Hvordan skal vi fremstå for å få troverdighet? Hvordan skal merket oppfattes? Merkets personlighet, verdier, tone-of-voice, fremtoning, "look & feel"
Hva gjør oss unike?	Hva skiller vårt tilbud fra alle de andre? Hvorfor skal de velge oss istedet for alternativene? Har vi noen USP som virkelig er unike?
Merkets kjerne-idé	Korteste mulige oppsummering av hva vårt merke og tilbud dreier seg om.

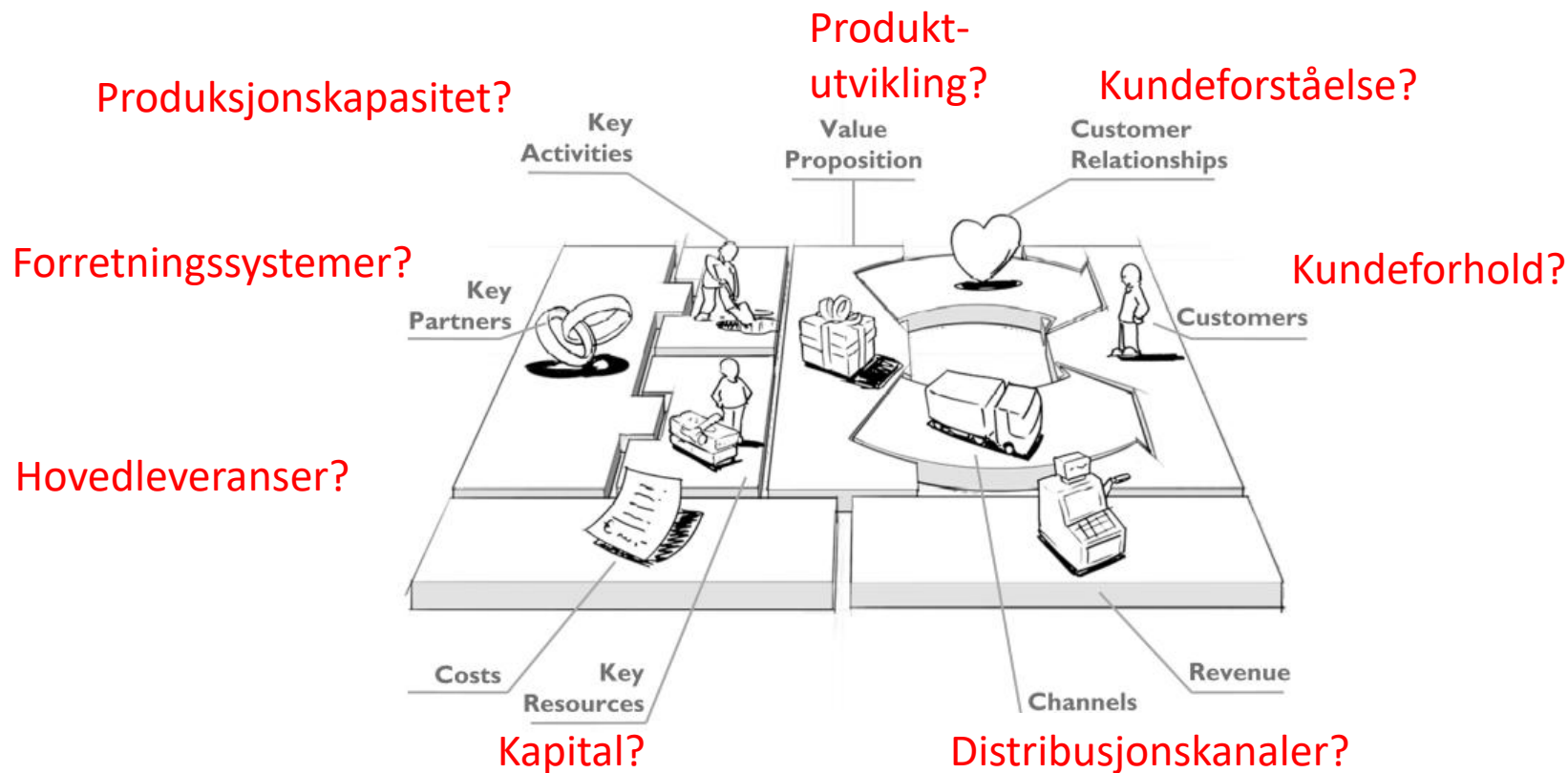
Visjon for bedriften 2025



Handlingsplaner

Målsetning	Tiltak	Ansvarlig	Tidsfrist
Målsetning 1	<ul style="list-style-type: none">Tiltak 1 for å oppnå målsetningTiltak 2 for å oppnå målsetningOsv.	NN	Sept. 2021
Målsetning 2	<ul style="list-style-type: none">Tiltak 1 for å oppnå målsetningTiltak 2 for å oppnå målsetningOsv.	NN	Ok1. 2021
Målsetning 3			
Osv.			
Osv.			
Osv.			

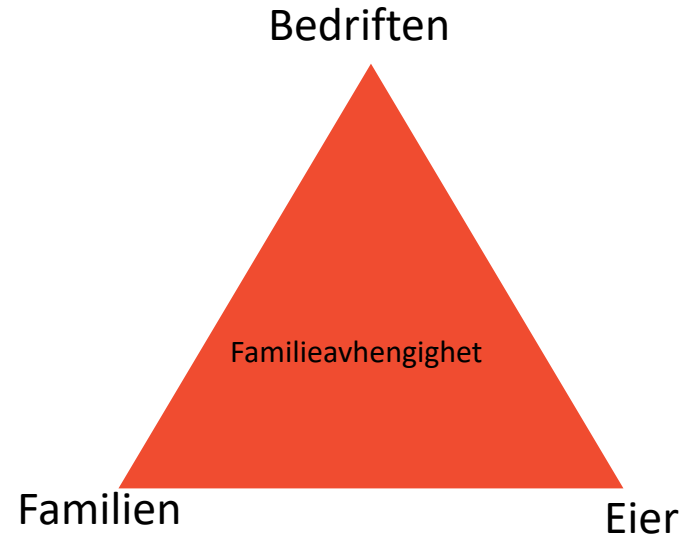
Hvis du skal gjøre noe nytt, hva kan eierne bidra med?



Vellykkede familie-bedrifter over generasjoner

Disse greier å hensynta og balansere:

- Bedriftens økonomiske behov vs. familiens økonomiske behov
- Familiens styringsbehov vs. bedriftens behov for kompetanse i ledelsen
- Forskjellige eierroller – passive eiere vs. aktive eiere





Vi inviterer nye deltakere 2021-2022

- Vi har besluttet å videreføre opplegget fra 2021 med en-til-en gjennomføring for den enkelte deltakerbedrift
 - Komprimert program over ca. et halvt år
 - Begrenset antall bedrifter
 - Fokus på de 3 hovedtemaene, men tilpasning til hver enkelt bedrifts behov
- Åpne fagmøter planlegges parallelt, i form av morgenmøter, fagmøter, o.l.

Deltakeravgift		
Omsetning		
< 5 mill	5 - 50 mill	>50 mill
15 000	25 000	50 000



FREDRIKSTAD
NÆRINGSFORENING

Takk for oss!

<https://fredrikstad-nf.no/>

Robert Sjøborg: 90668296, rs@fredrikstad-nf.no

Ingar Skiaker: 40039773, is@fredrikstad-nf.no



Våre partnerbedrifter - takk! #samarbeid



Omdømmepartnere:

