

Svenska företags utmaningar och fokusområden 2013

”Gräva där man står”

En vinnande strategi i en osäker omvärld?

Stockholm, 2013-01-18

Kontaktperson:

Jakob Holm, VD Axholmen

+ 46 (0)8 55 00 24 81

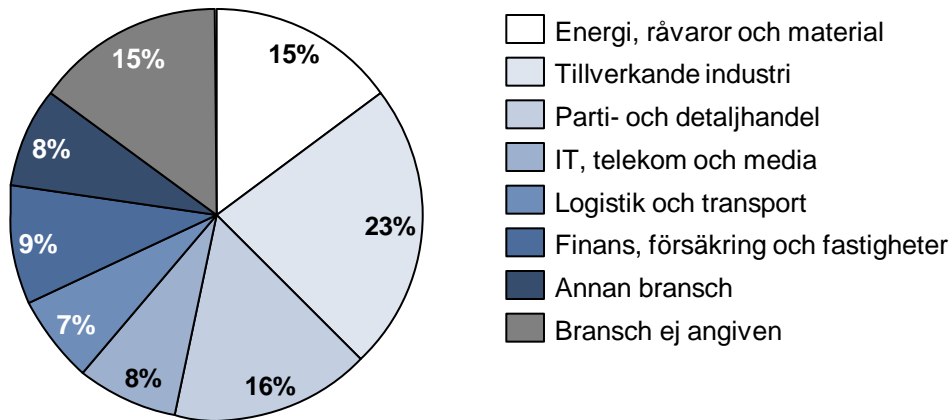
jakob.holm@axholmen.se



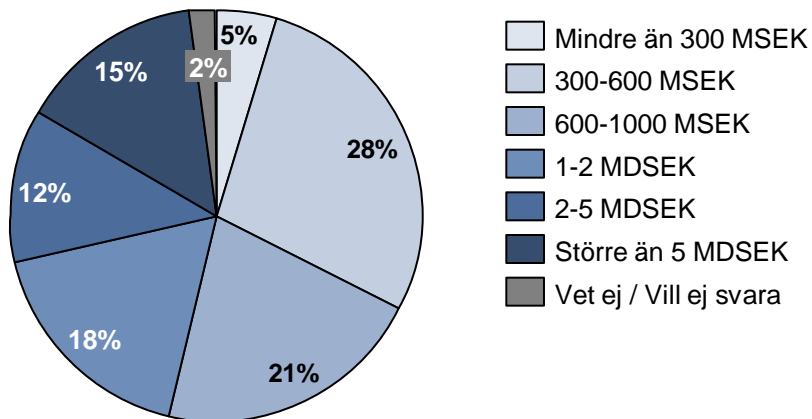
Linköpings universitet AXHOLMEN[®]
CONSULTING

131 svenska företag har deltagit i årets studie

Branschfördelning (andel företag %)



Omsättningsfördelning (andel företag %)



Introduktion

- För **tredje året** i rad genomförs studien "*Svenska företags utmaningar och fokusområden*" av managementkonsultföretaget **Axholmen** i samarbete med **Linköpings universitet**
- **131 verkställande direktörer** har svarat på den webbaserade enkäten mellan 23 oktober och 6 november 2012
- Den kvantitativa studien har verifierats och kompletterats med **kvalitativa intervjuer** under november 2012

Innehållsförteckning

Sammanfattning	sida 4
Tillväxt på befintliga marknader	sida 9
Ökade satsningar på lönsamhet	sida 13
Utmaningar och möjligheter	sida 17
Kontakt för fördjupad analys	sida 21

Sammanfattning	sida 4
Tillväxt på befintliga marknader	sida 9
Ökade satsningar på lönsamhet	sida 13
Utmaningar och möjligheter	sida 17
Kontakt för fördjupad analys	sida 21

Sammanfattning

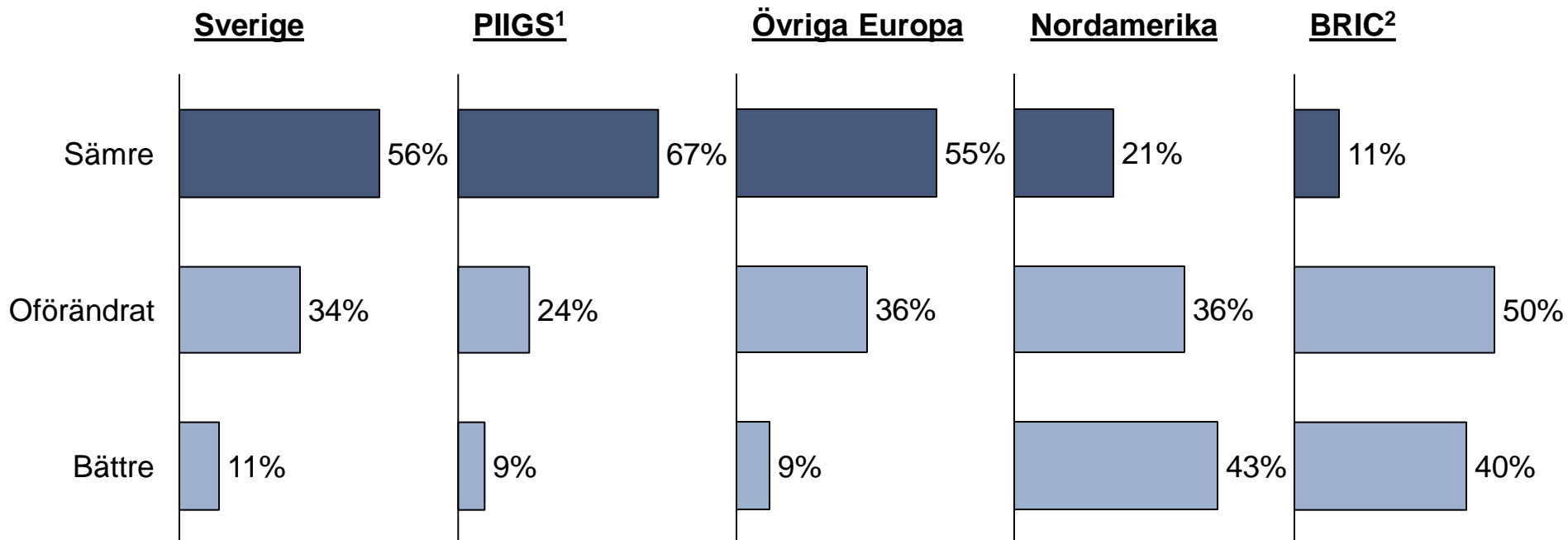
*Trots **dyster syn** på den makroekonomiska utvecklingen är **företagen generellt optimistiska** vad gäller sin egen utveckling*

*Den **dominerande strategin** är fokus på **befintliga geografiska marknader och produkter***

*Det ger utrymme för **offensiva strategier** men för att samtidigt lyckas med effektiviseringar krävs **koncentration av kärnverksamheten** samt **nyskapande i försäljning och marknadsföring***

Företagen förväntar sig en försämring av ekonomin i Sverige och Europa...

Tro på makroekonomiskt läge 2013 jämfört med 2012
(andel företag %)

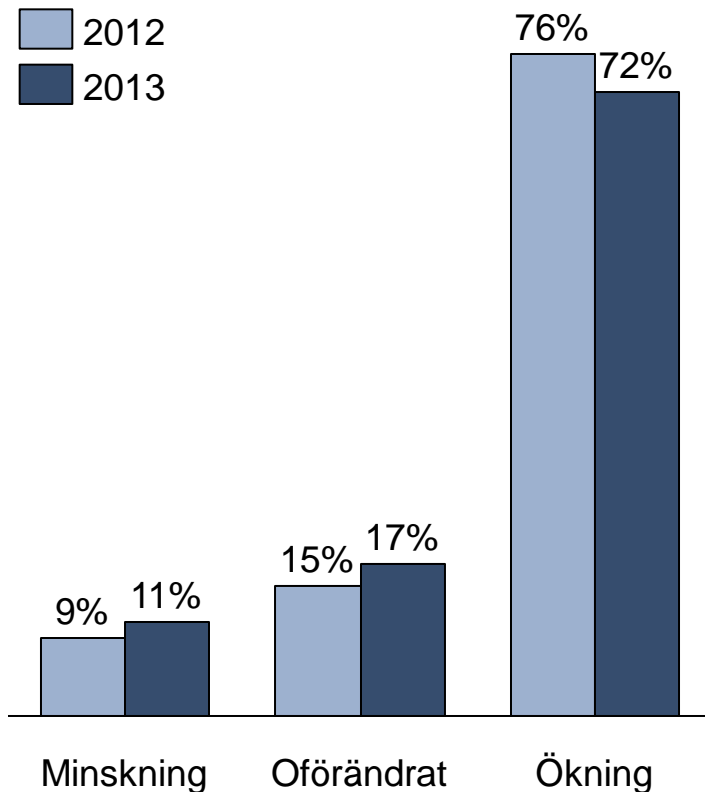


¹ PIIGS-länderna: Portugal, Italien, Irland, Grekland och Spanien

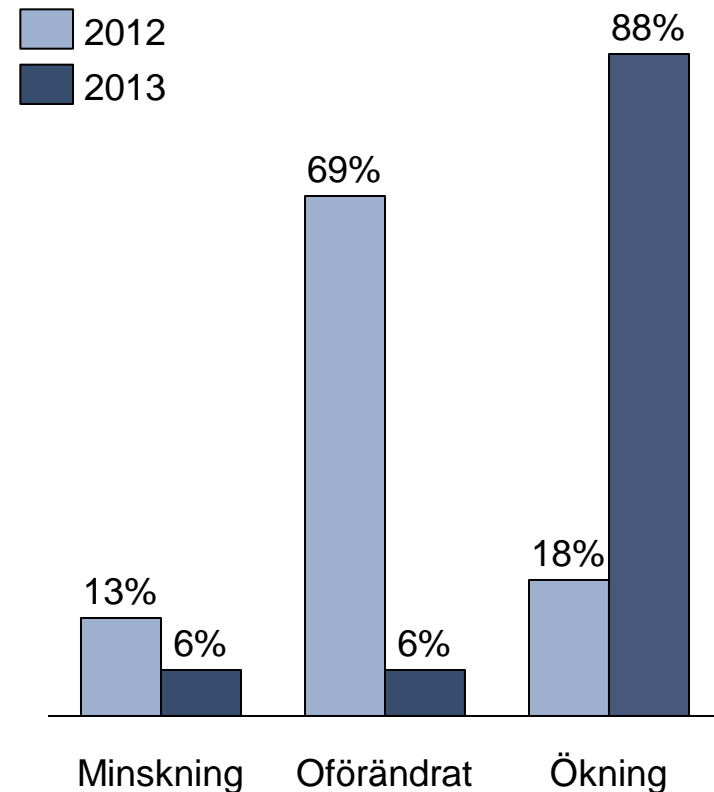
² BRIC-länderna: Brasilien, Ryssland, Indien och Kina

...men försämrat läge på viktiga marknader tycks inte påverka företagens tro på ökade vinster

Förändring av egen omsättning
(andel företag %)



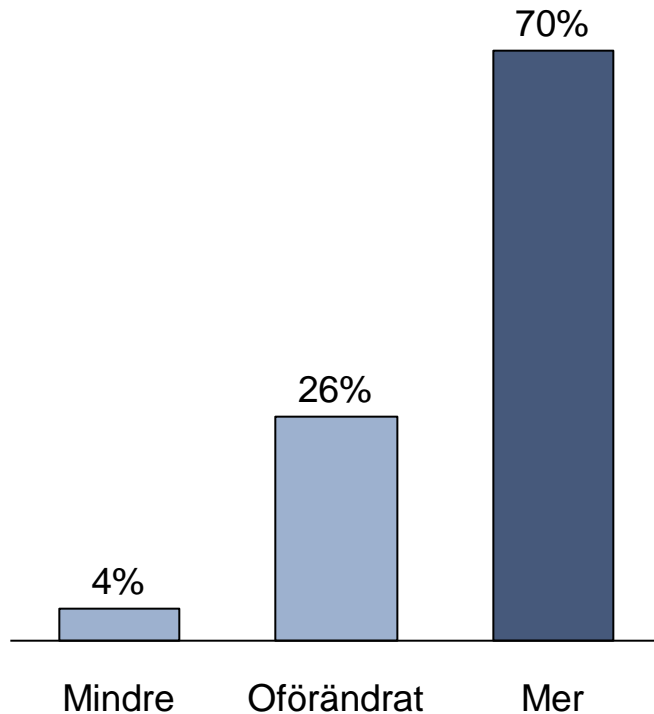
Förändring av EBIT-marginal
(andel företag %)



”Gräva där man står” tycks vara den dominerande strategin...

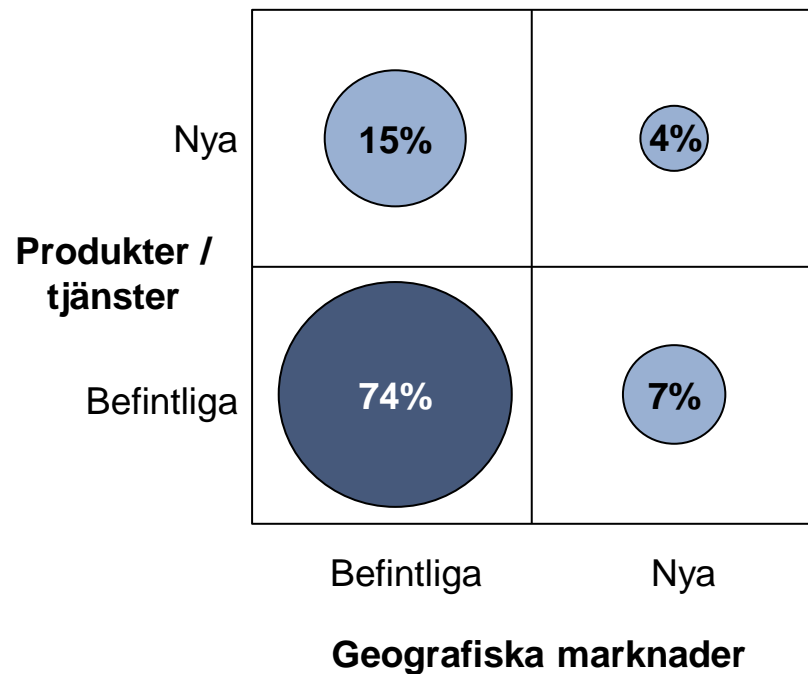
Företagen vill få ut mer...

Satsning på lönsamhet 2013 jämfört med 2012
(andel företag %)



...av befintlig affär

Typ av satsning på tillväxt 2013
(andel företag %)



...men det finns goda möjligheter för de företag som vågar satsa

Utmaningar:

- **Enbart 4%** av företagen tror sig kunna **växa offensivt** med nya produkter på nya marknader
- 2 av 3 företag som ska investera **mer interna resurser** i satsningar på tillväxt och lönsamhet avser **samtidigt prioritera personalreduktion**
- 7 av 10 företag som ska öka satsningarna på tillväxt ska **samtidigt kostnadseffektivisera försäljnings- och marknadsfunktioner**

Möjligheter:

- **Var mer offensiv:** Då de flesta gräver där de står ges utrymme för mer offensiva strategier mot nya produkter och marknader
- **Bli bättre på färre saker:** Koncentrera kärnverksamheten för att möjliggöra satsningar i kombination med nedskärningar
- **Var nyskapande:** Nya säljkanaler och kundsegmentering är nödvändigt för att nå såväl effektivitets- som tillväxtmål

Sammanfattning	sida 4
Tillväxt på befintliga marknader	sida 9
Ökade satsningar på lönsamhet	sida 13
Utmaningar och möjligheter	sida 17
Kontakt för fördjupad analys	sida 21

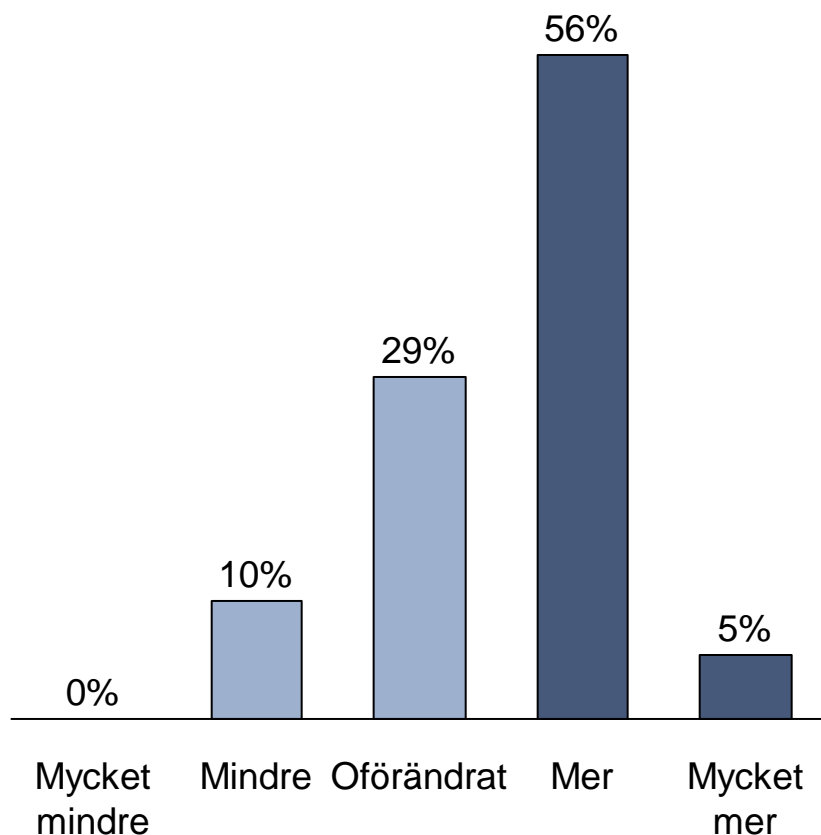
Tillväxt på befintliga marknader

Företagen avser att öka satsningarna på tillväxt och fokuserar alltmer på befintliga geografiska marknader och produkter

*Tillväxten väntas i stor utsträckning ske **organiskt** och finansieras med **befintliga medel***

3 av 5 företag satsar mer på tillväxt 2013

Satsningar på tillväxt 2013 jämfört med 2012
(andel företag %)



Citat från verkställande direktörer:

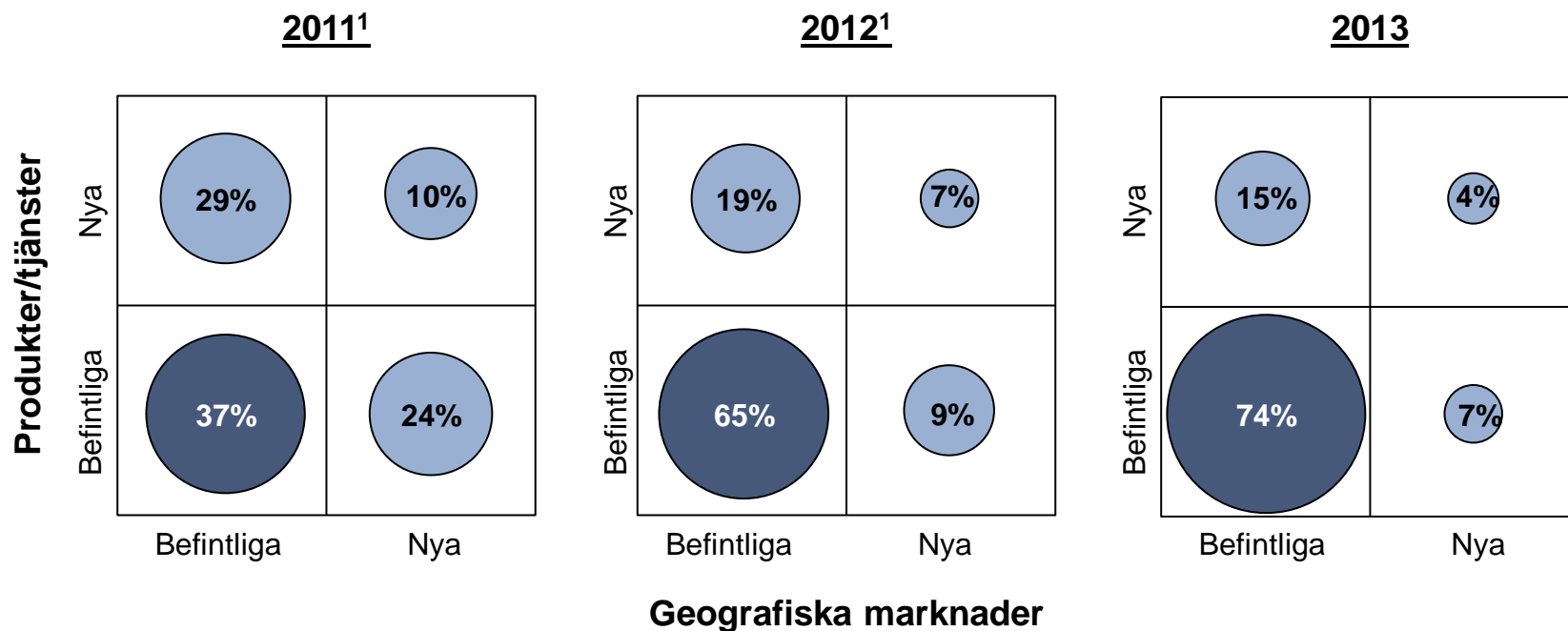
”Även om makroekonomin är osäker både på vår hemmamarknad och i Europa så skruvar vi inte ner våra tillväxtsatsningar för 2013”

”Vi kommer satsa kraftigt på tillväxt under nästa år men det medför inte att vi kommer att nyanställa”

”Vi kommer fortsätta öka våra tillväxtsatsningar men vi kommer ta det steg för steg”

Fokus har sedan 2011 riktats alltmer mot befintliga marknader

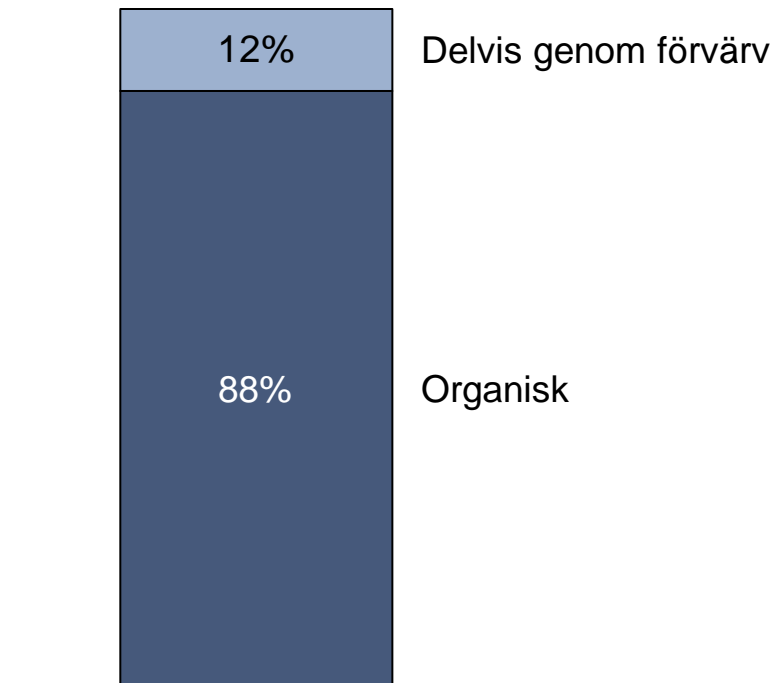
Typ av satsning på tillväxt (andel företag %)



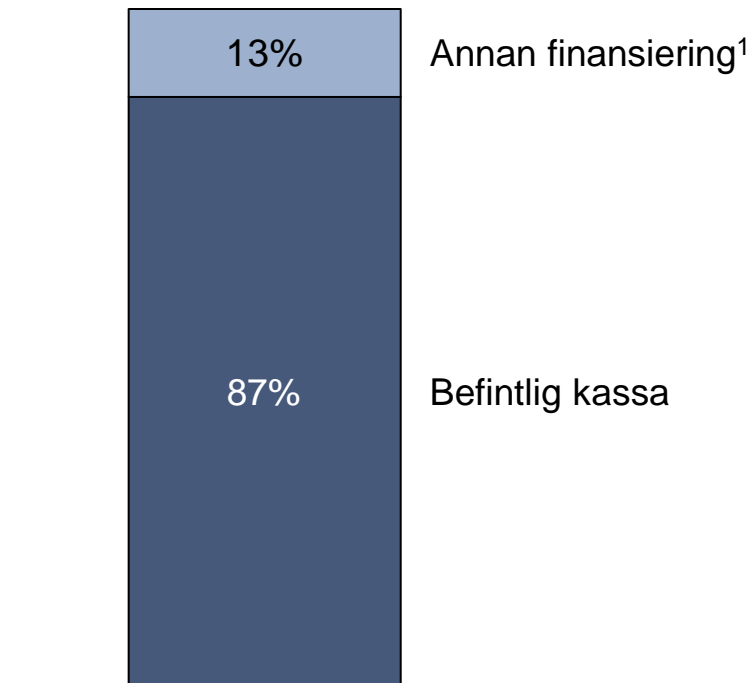
¹ Enligt tidigare års studier

Tillväxten förväntas ske organiskt och finansieras med befintliga medel

Typ av tillväxt 2013
(andel företag %)



Typ av finansiering 2013
(andel företag %)



¹ Annan finansiering: tillskott från ägarna, företagsobligationer och banklån

Sammanfattning	sida 4
Tillväxt på befintliga marknader	sida 9
Ökade satsningar på lönsamhet	sida 13
Utmaningar och möjligheter	sida 17
Kontakt för fördjupad analys	sida 21

Ökade satsningar på lönsamhet

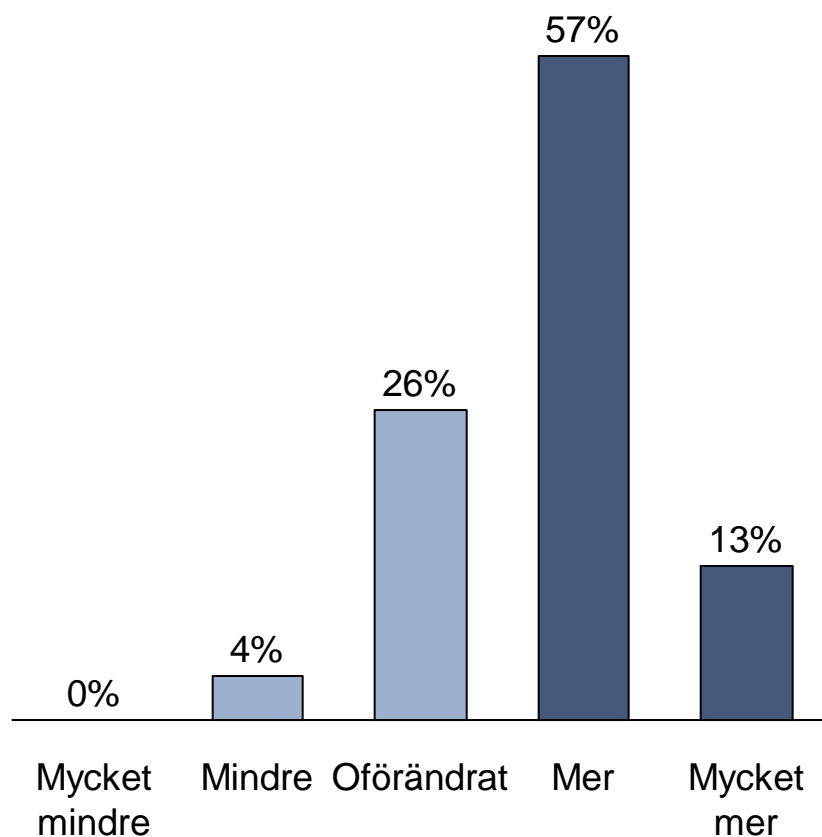
En majoritet av företagen avser satsa mer på lönsamhetsförbättringar under 2013

Företagen förväntar sig personalreduktioner under 2013 på nivåer motsvarande 2012

Fler företag planerar att rationalisera tillgångar i syfte att minska kapitalbindningen

7 av 10 företag satsar mer på lönsamhet 2013

Satsningar på lönsamhet 2013 jämfört med 2012
(andel företag %)



Citat från verkställande direktörer:

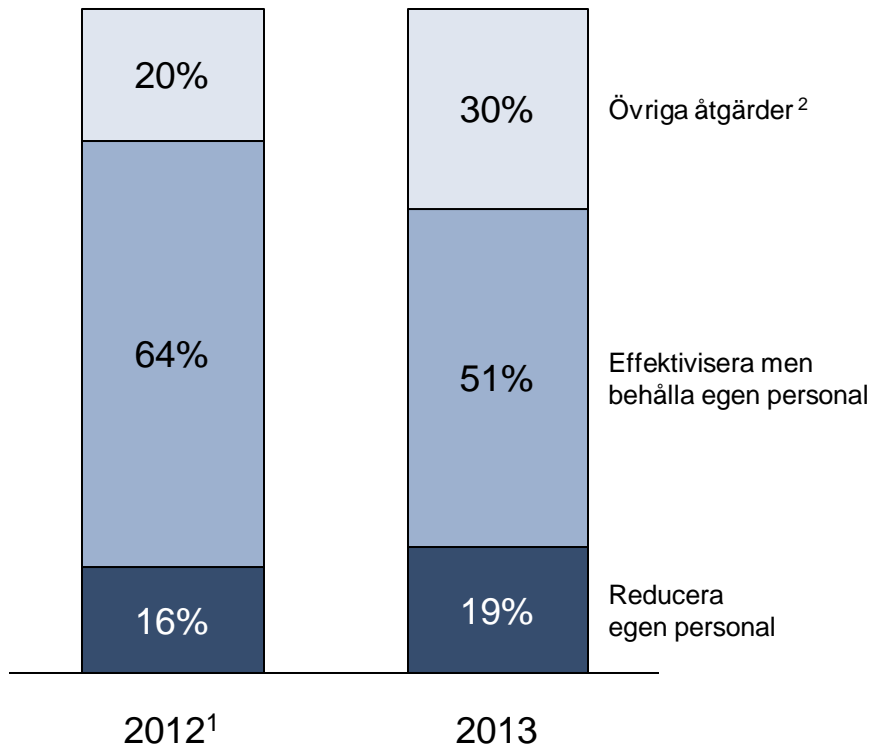
”Vi kommer fortfarande ha störst fokus på lönsamheten”

”Vi har fortsatt lönsamhetsfokus med ständiga kostnadsbesparingar”

”Vi ska öka lönsamheten genom att effektivisera vår befintliga organisation”

Företagen planerar för personalreduktion 2013 på motsvarande nivåer som 2012

Företagens första prioritet i syfte att kostnadseffektivisera (andel företag %)



Citat från verkställande direktörer:

"Vi har definitivt foten på bromsen och blir nedgången långvarig kommer vi behöva reducera egen personal 2013"

"Jag ser det som mycket möjligt att vi kommer vara tvingade att skära ner på personal nästa år"

Utfall sedan fjolårets studie

Totalt 71,470 personer varslades under 2012, en ökning med 54 % jämfört med 2011³

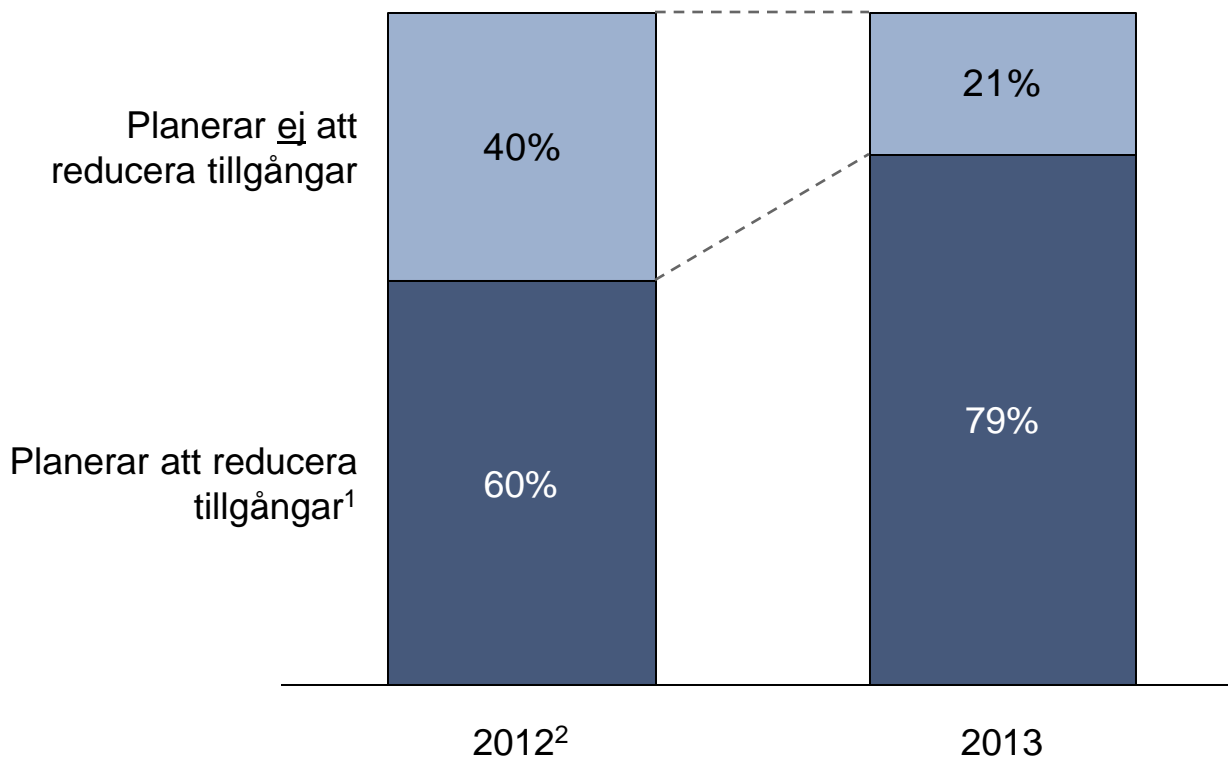
¹ Enligt fjolårets studie

² Inköp, direkta och indirekta

³ Arbetsförmedlingens varselstatistik 2012

Fler företag avser rationalisera tillgångar i syfte att minska kapitalbindningen

Företag med första prioritet att rationalisera tillgångar i syfte att minska kapitalbindning (andel företag %)



¹ Tillgångar: fasta tillgångar, rörelsekapital, andra rationaliseringar av tillgångar

² Enligt fjolårets studie

Sammanfattning	sida 4
Tillväxt på befintliga marknader	sida 9
Ökade satsningar på lönsamhet	sida 13
Utmaningar och möjligheter	sida 17
Kontakt för fördjupad analys	sida 21

Utmaningar och möjligheter

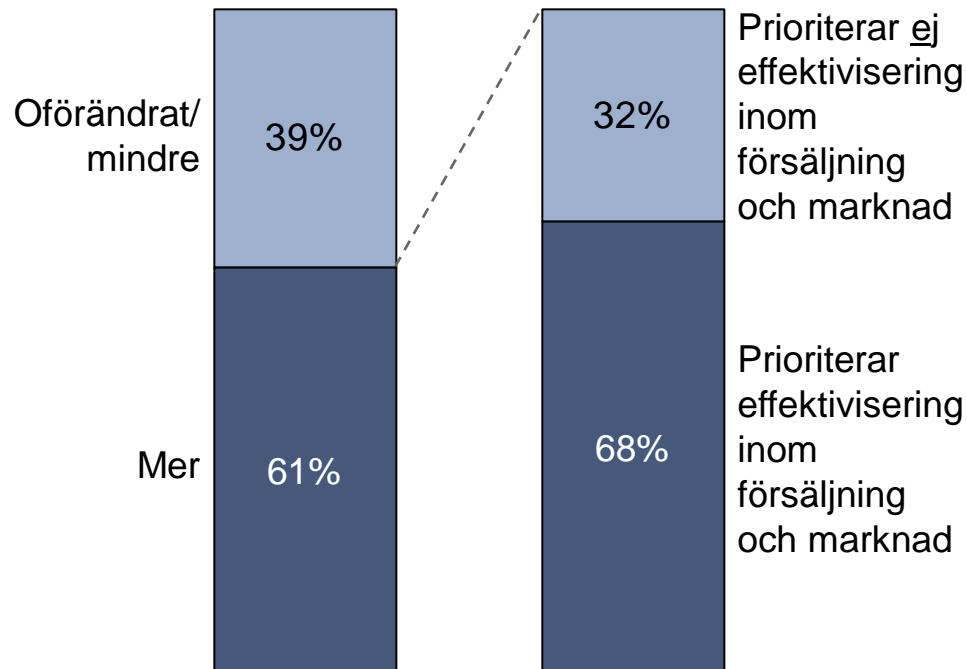
Högre krav ställs på försäljning och marknad då företagen effektiviserar dessa funktioner samtidigt som grunderbudandet i stort är detsamma

Färre behöver göra mer när både tillväxt- och lönsamhetsmål ska nås i kombination med personalreduktion - för att lyckas måste företagen bli **bättre på färre saker**

Risk att företagen **övervärderar sin egen förmåga** i en svag makroekonomi, men eftersom många ”gräver där de står” bör det **finnas utrymme för offensiva strategier**

Högre krav på precision kommer att ställas på försäljnings- och marknadsfunktioner

Företag som satsar på tillväxt
2013 jämfört med 2012
(andel företag %)



Utmaningar

- Funktioner som är **naturliga mål för kostnadseffektivisering** är redan **genomarbetade**, t.ex. logistik och produktion – nu riktas fokus även mot försäljning och marknad
- Att kombinera **besparingar inom försäljning och marknad** med ökade satsningar på tillväxt ställer dock **höga krav på effektivitet och precision** i de aktiviteter som genomförs

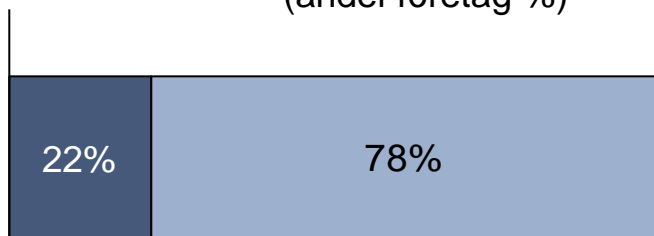
Möjligheter

- Då grunderbudandet är detsamma är det nödvändigt att attrahera kunder på nya kostnadseffektiva sätt, t.ex. **nyttänkande i segmenteringen** och i **nya säljkanaler**

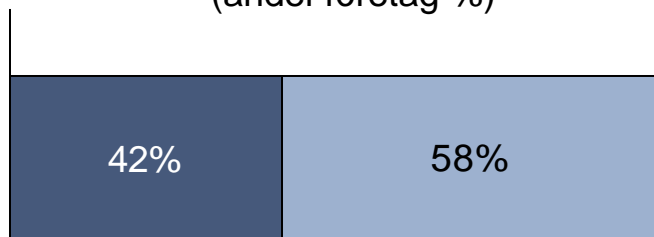
Finns det en risk att företagen övervärderar sin egen förmåga?

Tro på markoekonomisk påverkan 2013

Egna branschen jämfört med övriga branscher
(andel företag %)



Företaget jämfört med egna branschen
(andel företag %)



■ Bättre ■ Sämre/i linje med

Utmaningar

- Samsynen kring det **dystra makroekonomiska läget** verkar även **gälla den egna branschens** utveckling men trots det tror nästan **hälften av företagen** att de kommer att **utvecklas starkare än branschnittet**
- Den tydligt **dominerande strategin** för tillväxt 2013 är att satsa på **befintliga geografiska marknader och produkter**

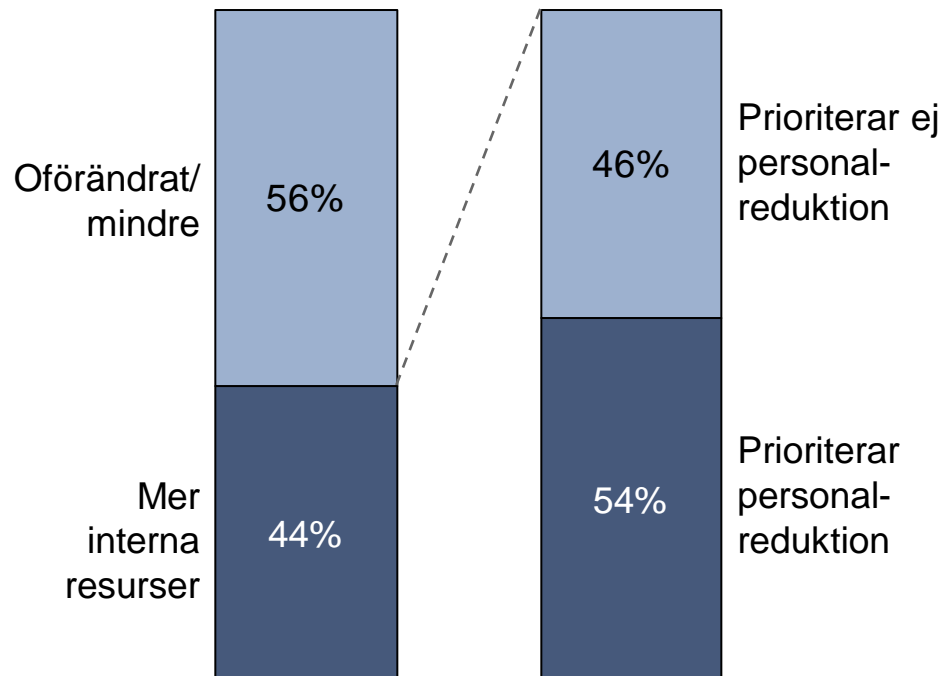
Möjligheter

- Då de flesta andra företag ”gräver där de står” ges **utrymme för det egna företaget att tänka om** och bli mer offensiv mot nya marknader och produkter

Färre kommer att behöva göra mer när både tillväxt- och lönsamhetsmål ska nås

Andel företag som satsar mer interna resurser på tillväxt 2013 jämfört med 2012

(andel företag %)



Utmaningar

- **Samma företag** som skall öka användet av interna resurser för sina satsningar har också **hög prioritet på personalreduktion**
- Denna utmaning sågs även i förra årets studie men vi ser en ännu **starkare trend** 2013

Möjligheter

- För att lyckas med **tillväxt- och lönsamhets**satsningar efter flera år av **reduktion** måste företagen bli **bättre på färre saker** – framförallt genom att **våga koncentrera kärnverksamheten**, men även outsourcing av icke kärnverksamhet

Sammanfattning	sida 4
Tillväxt på befintliga marknader	sida 9
Ökade satsningar på lönsamhet	sida 13
Utmaningar och möjligheter	sida 17
Kontakt för fördjupad analys	sida 21

Kontakt för fördjupad analys

Vad innebär studien för ditt företag? Ta gärna kontakt så fördjupar vi resonemangen tillsammans



För mer information, kontakta:

Jakob Holm, Partner och VD

+46 (0)8 55 00 24 81

jakob.holm@axholmen.se

Milosz Elofsson, Partner

+46 (0)8 55 00 24 83

milosz.elifsson@axholmen.se

Per E. Johansson, Partner

+46 (0)8 400 280 02

per.johansson@axholmen.se

Axholmen AB

Ingemar Bergsmans gata 2, 3tr

114 34 Stockholm

Axholmen

- **Managementkonsultföretag** som grundades 2007 och består av **erfarna och professionella konsulter** med bakgrund från **såväl linje- som konsultverksamhet**, t.ex.
 - Bain & Company, Accenture, Applied Value, General Electric, Sapa
- Kompetens och metoder från större strategikonsultbolag med ett **pragmatiskt angreppssätt**
 - Mindre team – **lägre kostnad**
 - Mer erfarna konsultteam – **högre kompetensnivå**
 - Flexibla samarbetsformer – **ägarskap hos kund**
- Anlitas av såväl **multinationella storföretag** som **medelstora svenska företag**
 - 100% nöjda kunder
- **Delar gärna kommersiell risk** genom att knyta ersättning till kundens mål

