



SVENSKA FÖRETAGS UTMANINGAR
OCH FOKUSOMRÅDEN
– enligt svenska företags verkställande direktörer
2022

STUDIEN

163

verkställande direktörer för svenska företag med över 200 MSEK i omsättning har under sista kvartalet 2021 deltagit i studien *Svenska företags utmaningar och fokusområden*

12:e

året i rad som studien genomförs, svarsgruppens sammansättning (gällande faktorer såsom omsättning och bransch) liknar tidigare års studier

Väsentliga händelser efter att enkätsvaren samlats in

De flesta enkätsvar samlades in under slutet av oktober och början av november 2021, då smittspridningen av covid-19 i Sverige och världen legat på lägre nivåer under en period. Sedan oktober har antalet bekräftade fall av covid-19 gradvis ökat i Sverige, och i januari 2022 överstegs tidigare smittotoppar pådrivet av virusvarianten omikron. Samtidigt är beläggningen i Sverige i början av januari 2022, inom både intensivvård och övrig slutenvård, på en lägre nivå än under tidigare perioder av hög smittspridning som ett resultat av vaccinets effekt mot svår sjukdom.

Det är rimligt att tro att utvecklingen av covid-19 fortsatt kommer vara en stor osäkerhetsfaktor och ha påverkan på hur företagen löpande ser på det makroekonomiska läget, investeringar, personaltillväxt, med mera under resten av 2022. Det kommer bli intressant att följa om den stora optimism svenska Vd:ar gett uttryck för i enkätsvaren också återspeglas när 2022 väl summeras.

Stockholm, januari 2022

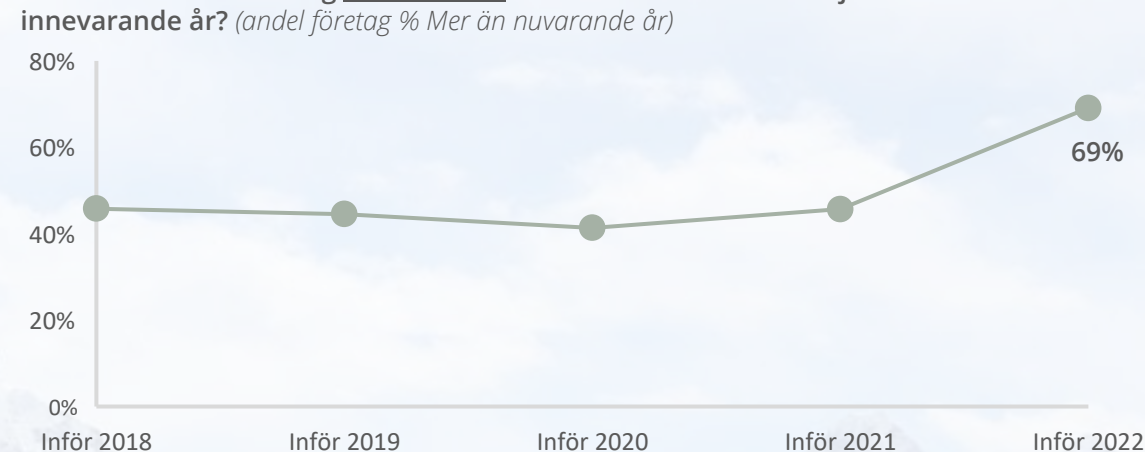
Executive summary – Svenska VD:ars syn på 2022 är präglad av stor optimism kring det makroekonomiska läget, investeringar, tillväxtsatsningar och personaltillväxt*

Företag som förväntar sig ett bättre makroekonomiskt läge inför 2017-2022

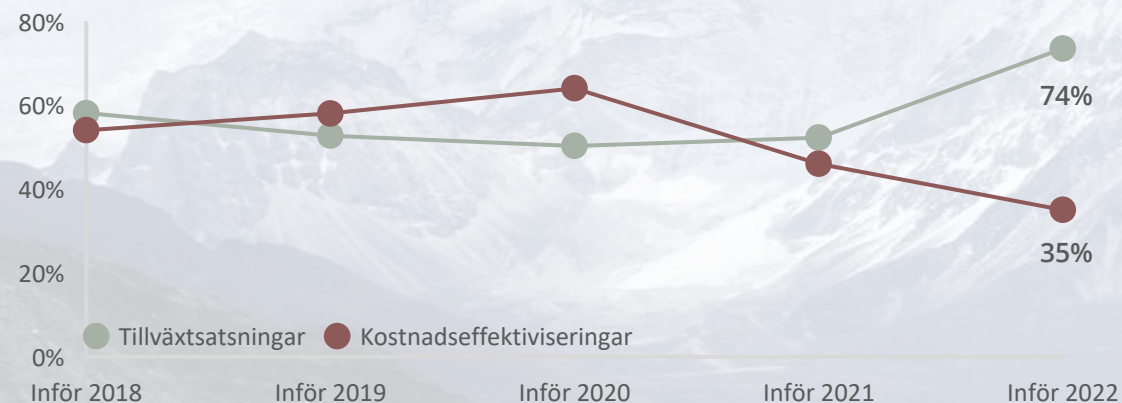
(andel företag % Globalt)



Hur kommer ditt företag att investera under nästkommande år jämfört med innevarande år? (andel företag % Mer än nuvarande år)

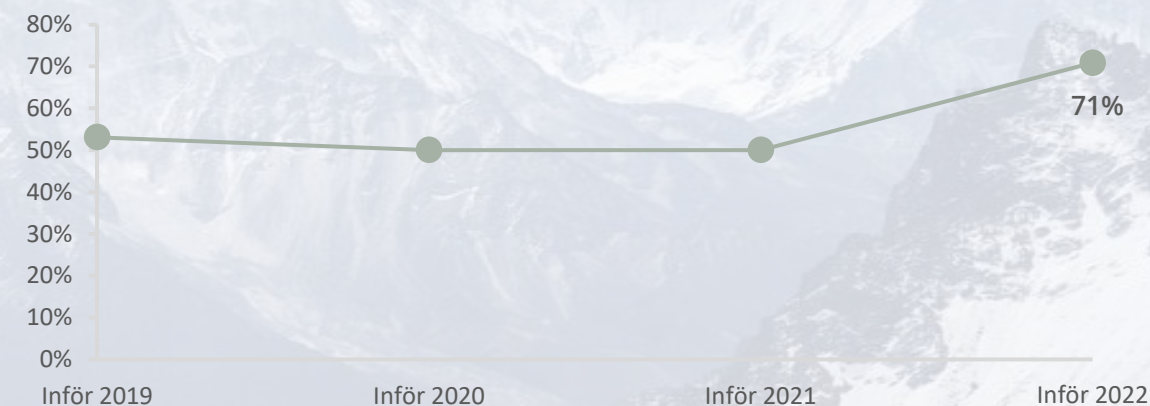


I vilken utsträckning planerar ditt företag att genomföra tillväxtsatsningar och kostnadseffektiviseringar nästkommande år, jmf med föregående år? (andel företag %)



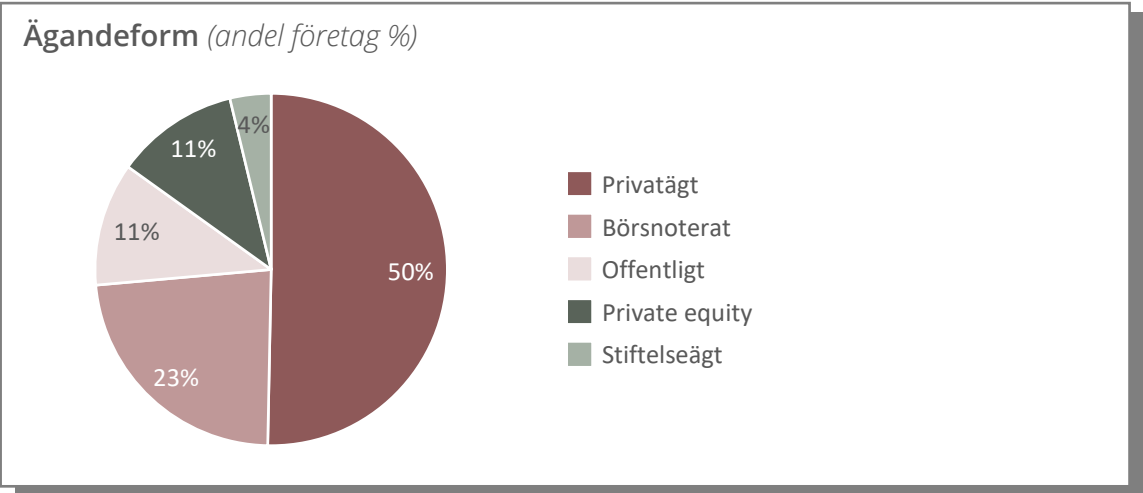
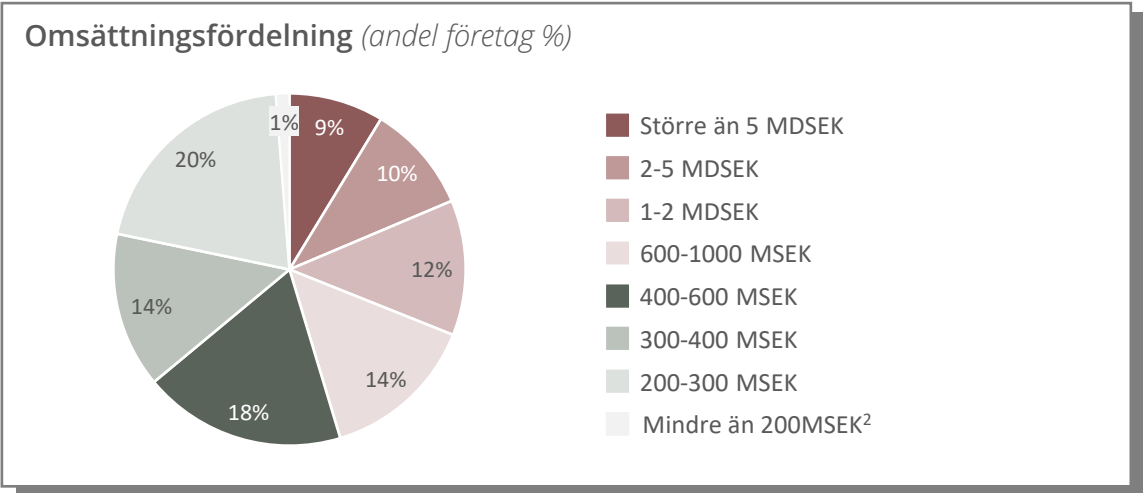
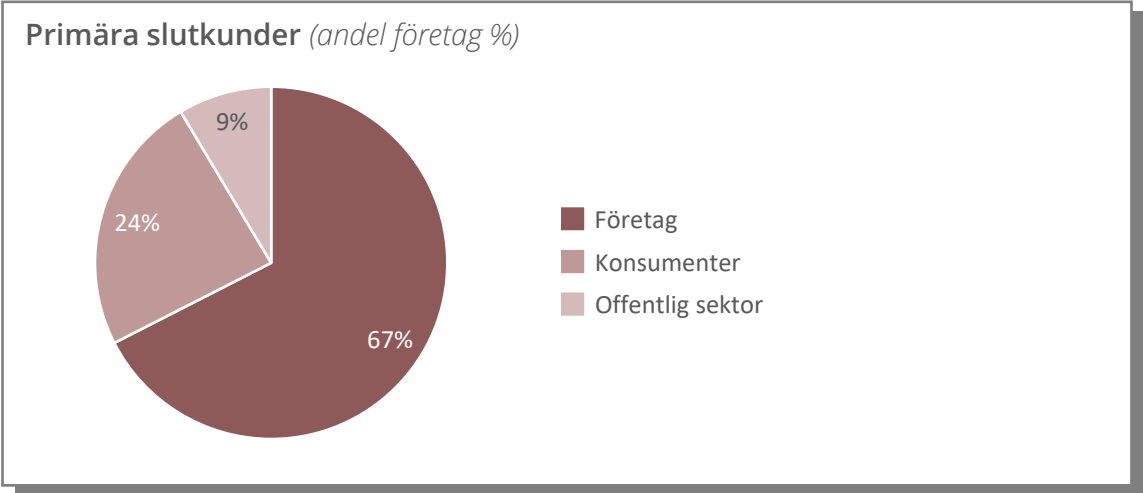
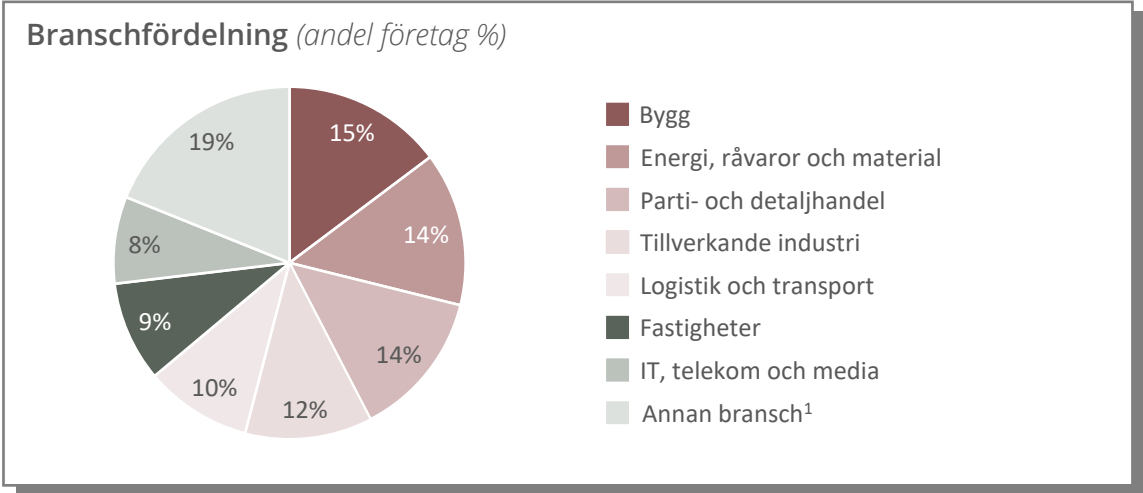
Företagens tro på personaltillväxt inför kommande år

(andel företag % positiv nettotillväxt)



*Enkätsvaren samlades in under senhösten 2021 innan utbrottet av virusvarianten omikron

Översikt över svarande företag, sammansättningen liknar tidigare år



1) Andra branscher: Företagstjänster, Hälso- & sjukvård, Fordon, Livsmedel, Finans & försäkring, Läkemedel & biotech samt Hotell, turism & restaurang
2) Angivet i fråga om omsättning



MAKROEKONOMI: Andelen med *positiv syn på det makroekonomiska klimatet* inför nästa år (jämfört med 2021) är det högst uppmätta i studiens historia

Sida 7

FÖRETAGEN: 2022 kommer i hög grad att präglas av *tillväxtinitiativ* och *investeringar* enligt de tillfrågade VD:arna

Sida 15

REFLEKTIONER: Trots positiv syn finns det fortsatta utmaningar såsom *kompetensförsörjning* och *oförutsägbara leveranskedjor* och alla är inte lika positiva på längre sikt

Sida 24

MAKROEKONOMI INTERNATIONELLT

>50%

ser fram emot ett bättre internationellt makroekonomiskt klimat under 2022 i förhållande till 2021, vilket är den högst uppmätta nivån under studiens historia

1 av 10

tror på en sämre ekonomi i Norden, vilket är klart lägre än de ~25% som tror detsamma om Europa och globalt

Förväntningarna på det internationella makroekonomiska klimatet är höga inför 2022 – trots att det finns flera osäkerhetsfaktorer i omvärlden

> För två år sedan slog covid-pandemin till på allvar och betydande delar **av näringslivet världen över pausades under hela 2020**, både på grund av restriktioner och sviktande efterfrågan, men även den osäkerhet som kom med pandemin. Efter de två första vågorna och alltmer utbredda vaccinationer kunde Sverige och våra främsta handelspartners öppna upp igen, och vi såg ett **2021 som präglades av återhämtning**

> **2022 ser däremot ut att kunna bli ett år med full gas.** Efter ett par år av sämre förutsättningar verkar nu bolagen ha stor tilltro inför nästa års ekonomiska utveckling, såväl globalt som i Europa och Norden – där andelen svarande som förväntar sig ett **bättre makroekonomiskt klimat nästa år är den högsta** som uppmätts för alla geografier sedan studiens start

> Förväntningarna är höga trots att det fortfarande finns en hel del osäkerhet i omvärlden. **Covid-pandemin är ännu inte över**, det uppkommer nya mutationer med okända egenskaper vilket gör det svårt att förutspå framtida sjuktal och restriktioner. Därtill är **världens värdekedjor i gungning och råvaru- och containerpriserna är höga**, som tillsammans med **brist på rätt kompetenser** kan vara hinder för att uppnå den tillväxt som bolagen önskar

> Parti- och detaljhandeln samt Logistik och transport är bland de branscher som ser mest positivt på utvecklingen, vilket förmodligen kan förklaras av att de har haft ett tufft år med restriktioner och leveransproblem. Energi, råvaror och material är bland de mer negativa branscherna, vilket skulle kunna bero på att råvarupriserna eventuellt passerat sin högsta punkt och är på väg ner

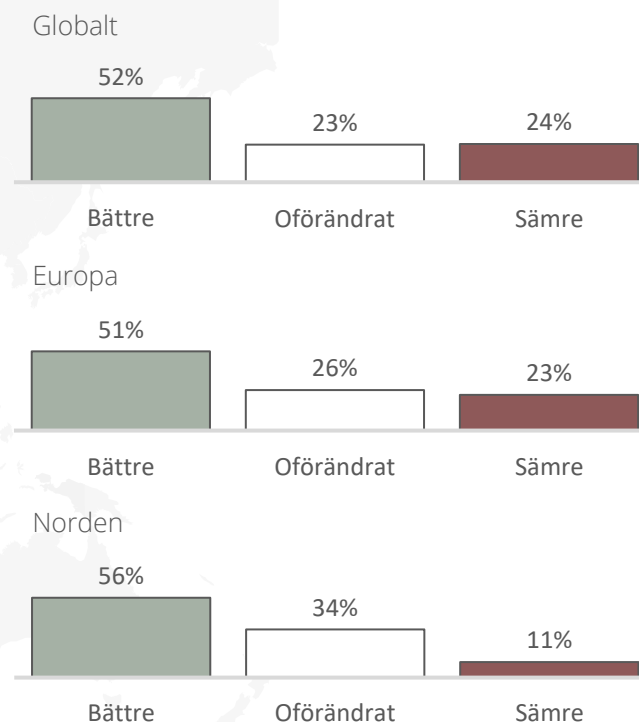
” Mycket stora kostnader för supply management som måste effektiviseras. Brist på råvaror samt lång och dyr fraktkostnad är problem

” Tror vi kommer se en tillväxt som mest begränsas av tillgången på råmaterial. Vi skulle kunna växa mer om vi hade alla råmaterial

VD Tillverkande industri

VD Energi, råvaror och material

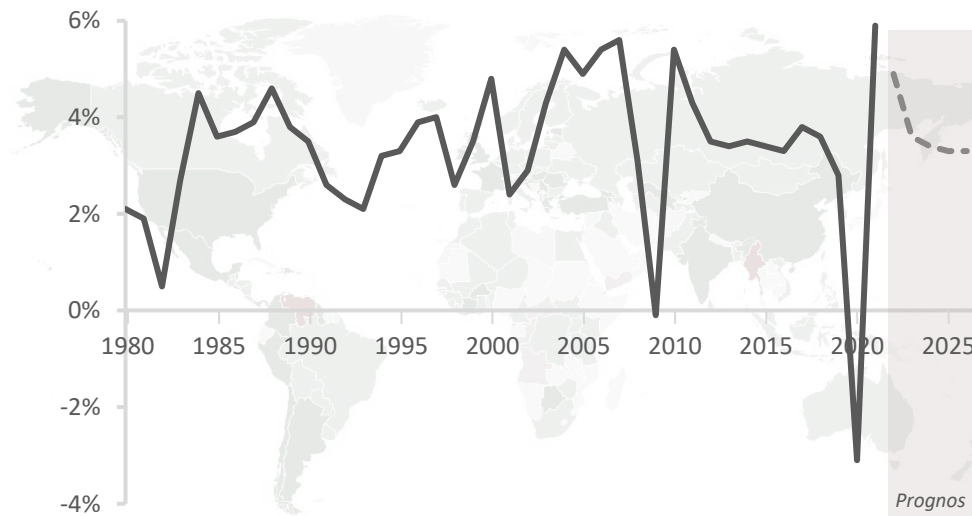
Företagens tro på det makroekonomiska läget 2022 jämfört med 2021 (andel företag %)



Efter en stark återhämtning stiger fortsatt tron på tillväxt, med fler än någonsin som tror på en förbättrad global makroekonomi

Den globala ekonomiska utvecklingen visade en stark positiv rekyl efter pandemins tidiga faser...

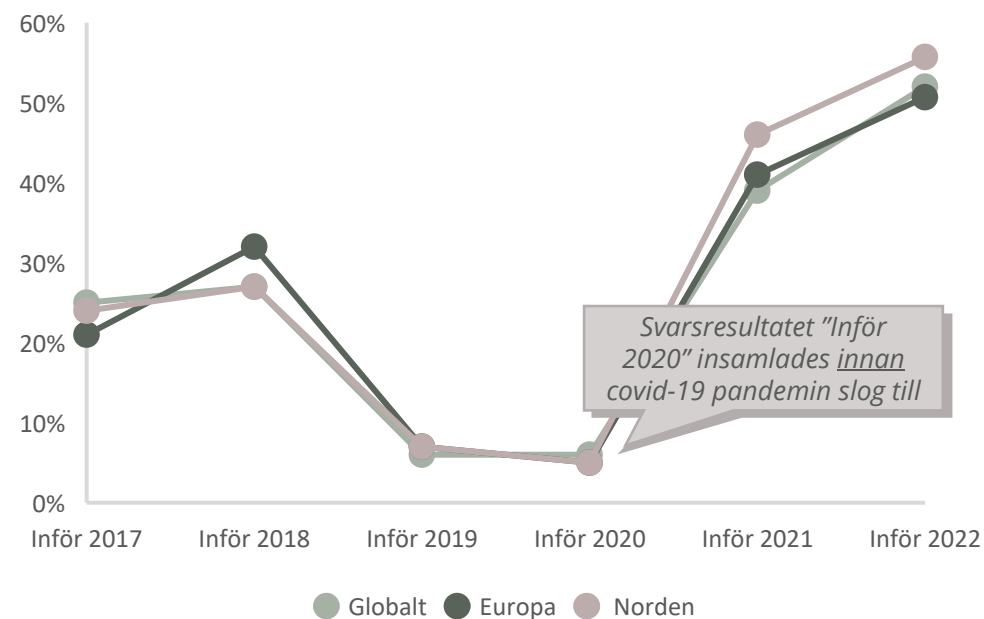
Årlig global tillväxt, BNP 1980-2021 (karta visar BNP-utveckling under 2021)¹



> Efter ett kraftigt lyft från periodvis negativ utveckling under 2020 förutspås den globala tillväxten återgå till normala nivåer

...och en rekordhög andel av svarande VD:ar tror på ett ännu bättre makroekonomiskt klimat internationellt 2022

Företag som förväntar sig ett bättre makroekonomiskt läge inför 2017-2022 (andel företag %)



” Oro för kraftigt stigande råvarupriser och oreda i de globala logistikkedjorna
VD Livsmedels- och dryckesframställning

MAKROEKONOMI SVERIGE

62%

har uppgett att de tror på ett bättre makroekonomiskt läge i Sverige 2022 i jämförelse med föregående år, vilket är den högsta som uppmäts sedans studiens början

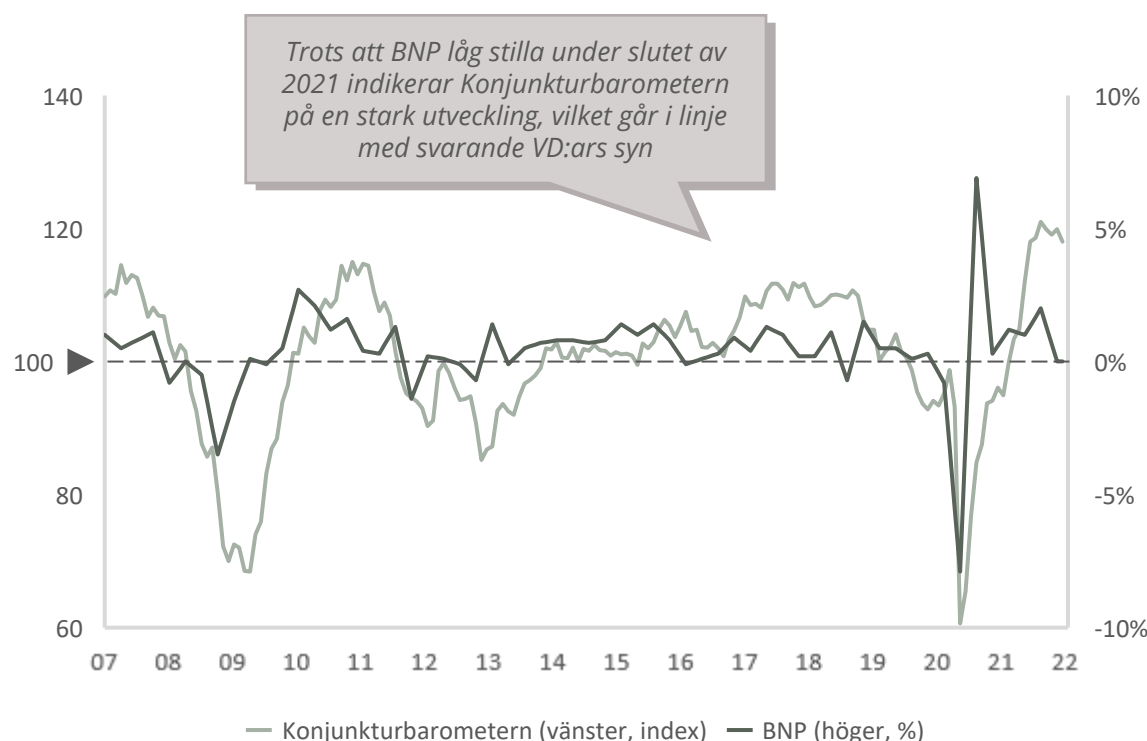
57%

tror på en positiv utveckling inom den egna branschen, vilket även det är den högst uppmätta i studiens historia

Även i Sverige tror svarande VD:ar på en starkare ekonomi, med rekordmånga som ser en positiv utveckling inför 2022

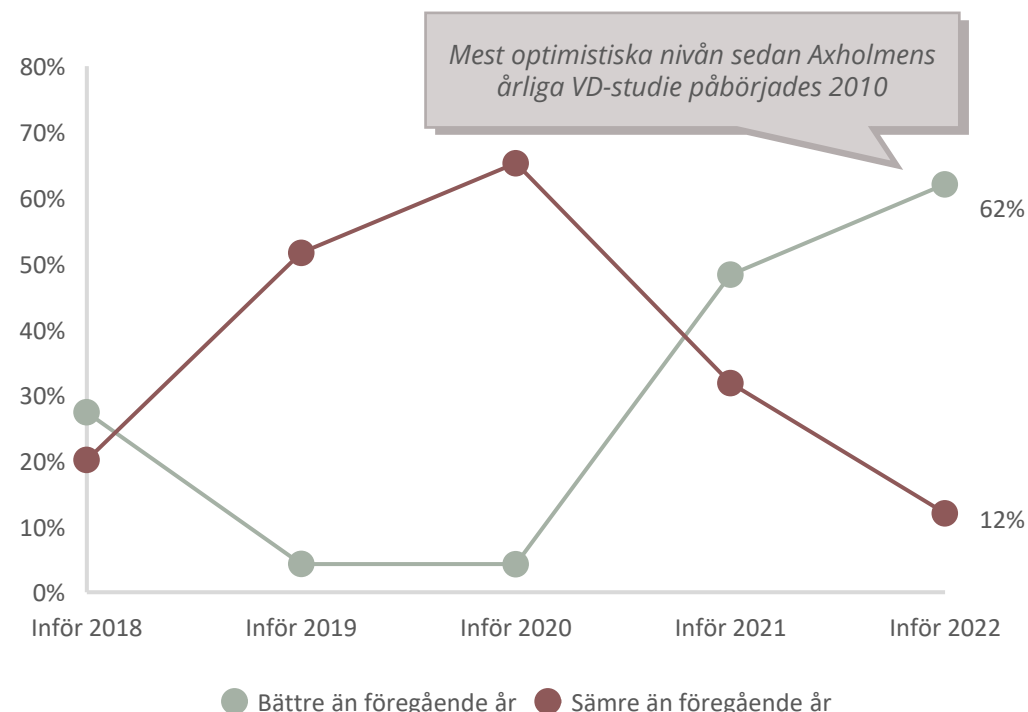
Efter pandemins initiala påverkan på svenska ekonomin har utvecklingen varit mer positiv...

Konjunkturbarometern (månad)¹ & BNP-tillväxt (interpolerade kvartal)²



...och svarande VD:ar tror på en fortsatt stark utveckling under 2022

Företagens tro på det makroekonomiska läget i Sverige jämfört med föregående år (andel företag %)

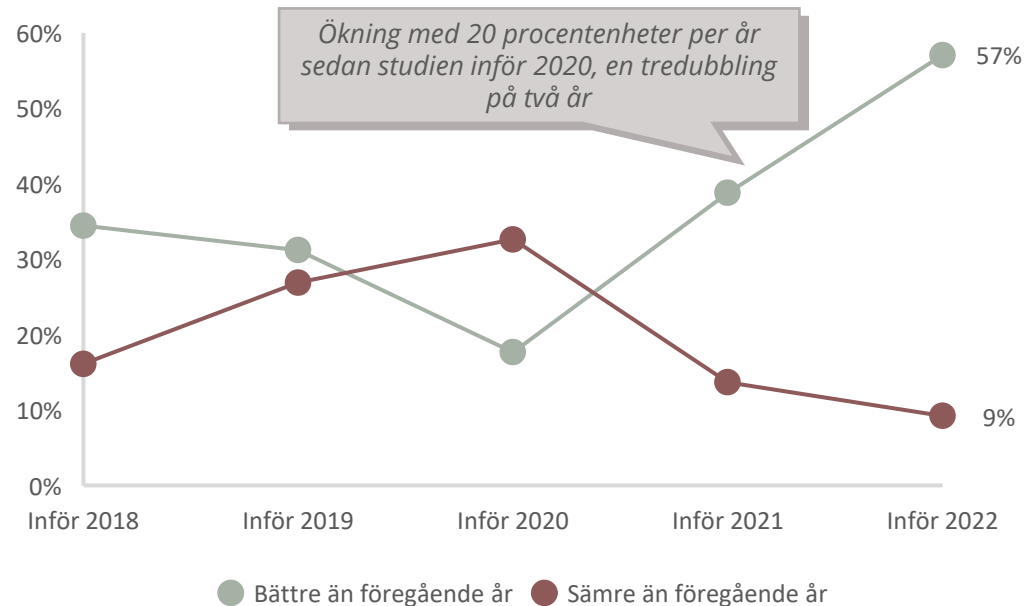


1) Konjunkturinstitutet
2) SCB

Tron på ekonomin speglas generellt i förväntningarna på den egna branschen – med en starkt positiv syn, men det varierar mellan branscher

Antalet som tror på positiv utveckling i den egna branschen inför 2022 är den högsta uppmätta hittills...

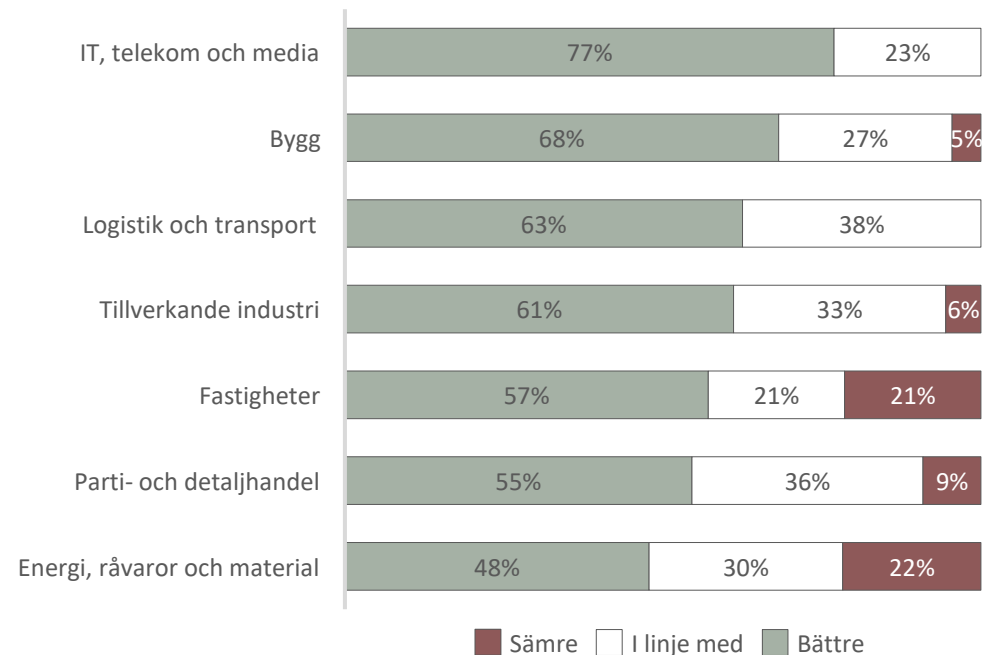
Hur tror du att din bransch kommer att utvecklas nästkommande år i jämförelse med föregående år? (andel företag %)



> Efter förra årets trendbrott mot högre förhoppningar på branschutvecklingen fortsätter tilltron att växa

..men alla är inte lika optimistiska och skillnaden mellan olika branscher är tydlig

Hur tror du att din bransch kommer att utvecklas 2022 i jämförelse med 2021? (andel företag %, branscher med 14 eller fler svarande)



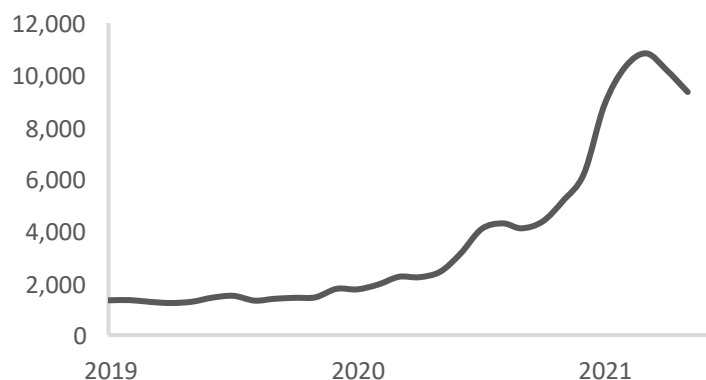
” Energipriserna och supply chain-kedjorna oroar

VD Parti- och detaljhandel

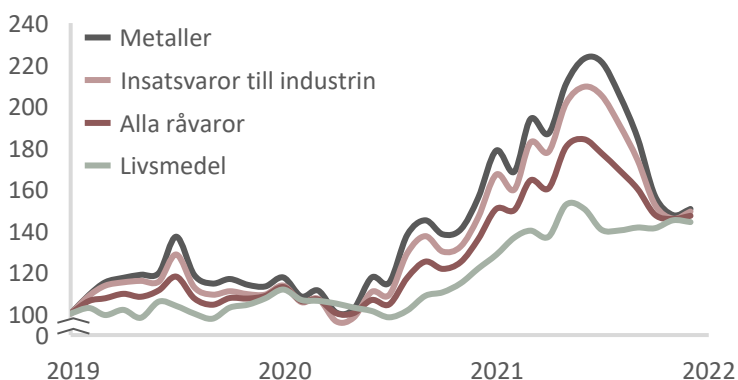
Samtidigt finns det en överhängande oro för oförutsägbarhet i värdekedjorna samt brist på tillgängliga råvaror

Globala frakt- och råvarupriser har stigit kraftigt under 2021, och utvecklingens påverkan på svenska bolag är något som flera VD:ar uttryckt oro över

Prisutveckling för sjöfrakt juli 2019 – november 2021¹
(Index över globalt pris för frakt av 40-fotscontainer, USD)



Indexerade råvarupriser januari 2019 – december 2021²
(Index baserat på 2019 års prisnivåer, USD)



- > De skenande fraktpriserna gäller främst frakt från Asien till Europa och har, precis som råvarupriserna, drivits upp av en stark efterfrågan kombinerat med flaskhalsar i handelskedjan
- > Fraktpriserna blev mer än 8 gånger högre på två år men har under senare delen 2021 gått ner något igen. Även råvarupriserna har gått ner från de högsta nivåerna, men är fortfarande närmare 50% högre än vad de var i början av 2019

” Materialprisökningarna är betydande och kommer tillsammans med logistikproblem att ha en väsentlig negativ påverkan

VD Bygg

” Vi ser att det över hela världen finns hög optimism inför nästa år, med stark efterfrågan och gott tryck i ekonomin drivet av låga räntor. Den här typen av mätningar brukar vara rätt träffsäkra för hur tillväxten kommer se ut de kommande 2-3 kvartalen, så vi bör nog se företagens svar som huvudscenariot för ekonomin under stora delar av 2022

Leveransbrist och höga fraktpriser är två av de stora utmaningarna som många företag kommer att behöva brottas med ett tag till. De två hänger ihop och kommer från störningar i leveranskedjorna under pandemin, men även från att hushållen ändrat sina konsumtionsmönster och efterfrågar mer varor och mindre tjänster

Leveransbristen bör ses som huvudförklaringen till att vi just nu ser en hög inflation, som även om den bedömts vara tillfällig har pågått längre än vad man först trodde. Högre priser spillas över från utlandet och höga energipriser sprider sig till produktion och konsumentpriser. Mycket talar för att inflationen kommer ge med sig under 2022 men den kan ändå bita sig fast längre än många hoppas

Johan Javeus, SEB Chefstrateg

1) Freightos
2) Economist



MAKROEKONOMI: Andelen med *positiv syn på det makroekonomiska klimatet* inför nästa år (jämfört med 2021) är det högst uppmätta i studiens historia

Sida 7

FÖRETAGEN: 2022 kommer i hög grad att präglas av *tillväxtinitiativ* och *investeringar* enligt de tillfrågade VD:arna

Sida 15

REFLEKTIONER: Trots positiv syn finns det fortsatta utmaningar såsom *kompetensförsörjning* och *oförutsägbara leveranskedjor* och alla är inte lika positiva på längre sikt

Sida 24

FÖRETAGEN

59%

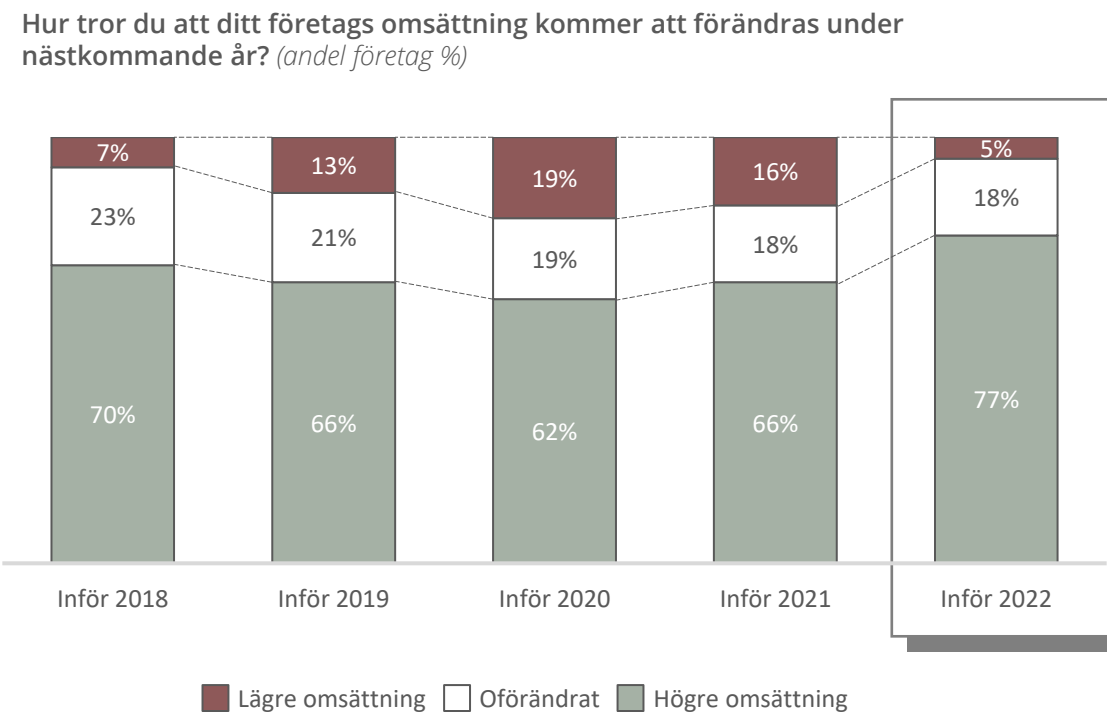
av de svarande tror på både
högre omsättning och högre
EBIT-marginal under 2022

77%

kommer 2022 att satsa på tillväxt
framför kostnadsbesparingar,
samtidigt som 69% kommer att
öka sina investeringar

De svarande är väldigt positiva gällande det egna bolagets omsättning inför 2022, med en historiskt hög andel som tror på en ökning

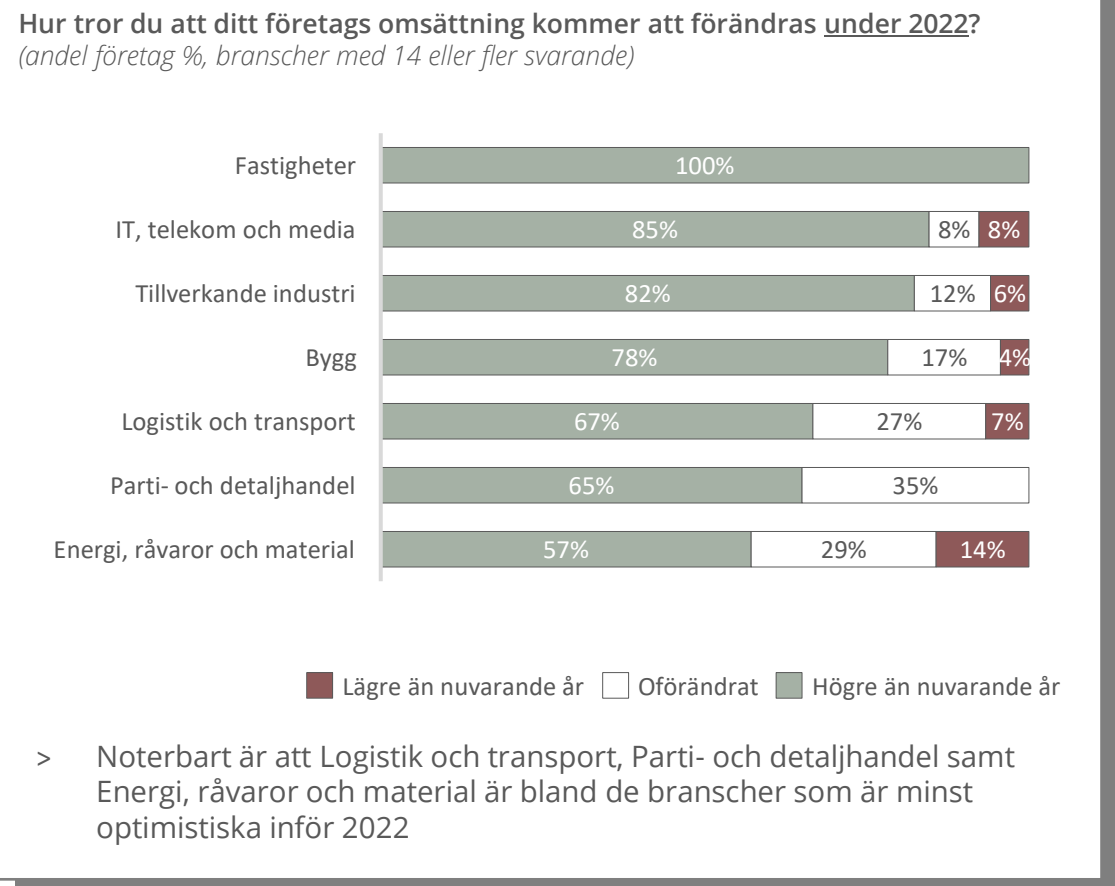
Inför 2022 fortsätter trenden med högre förhoppningar på ökad omsättning, där hela 77% har en positiv syn...



” Högre efterfrågan är en stark drivare bakom både tillväxtförväntningar och möjligheten att öka priserna

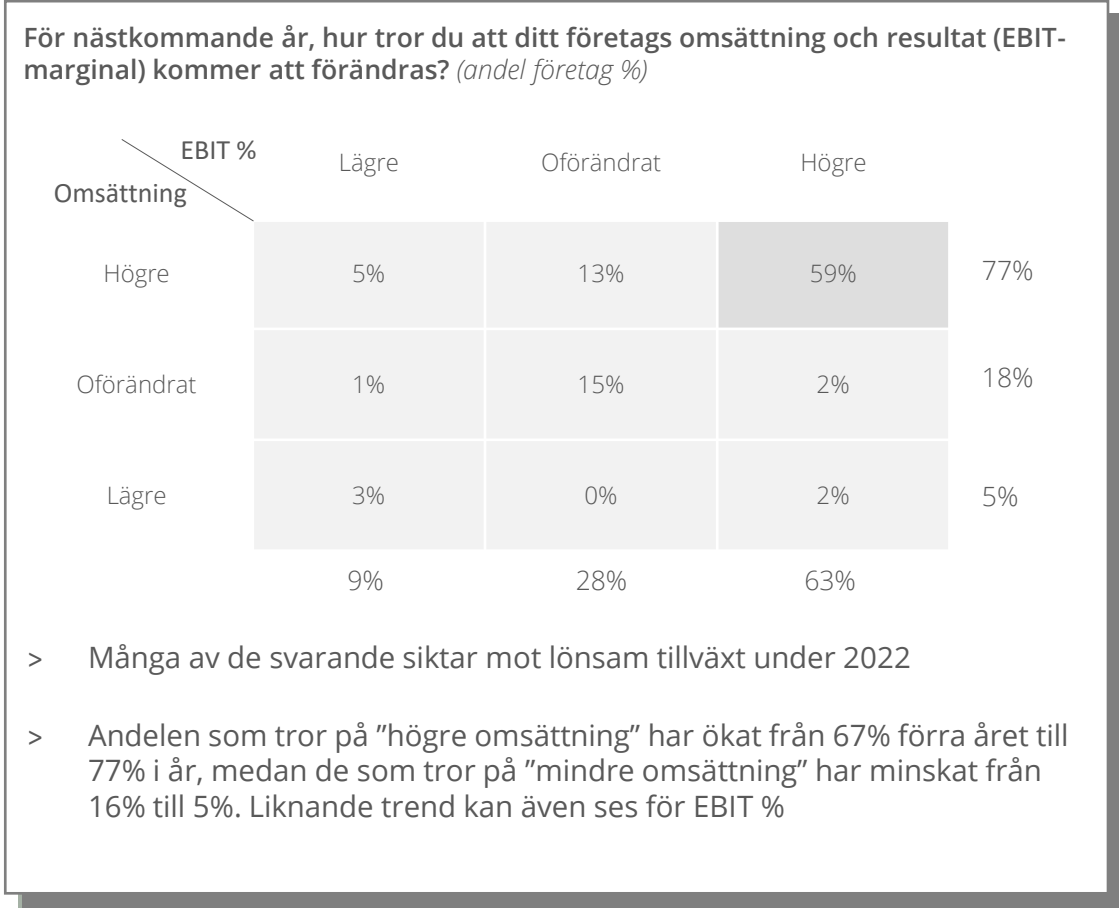
Johan Javeus, SEB Chefstrateg

...men även här varierar det mellan branscher

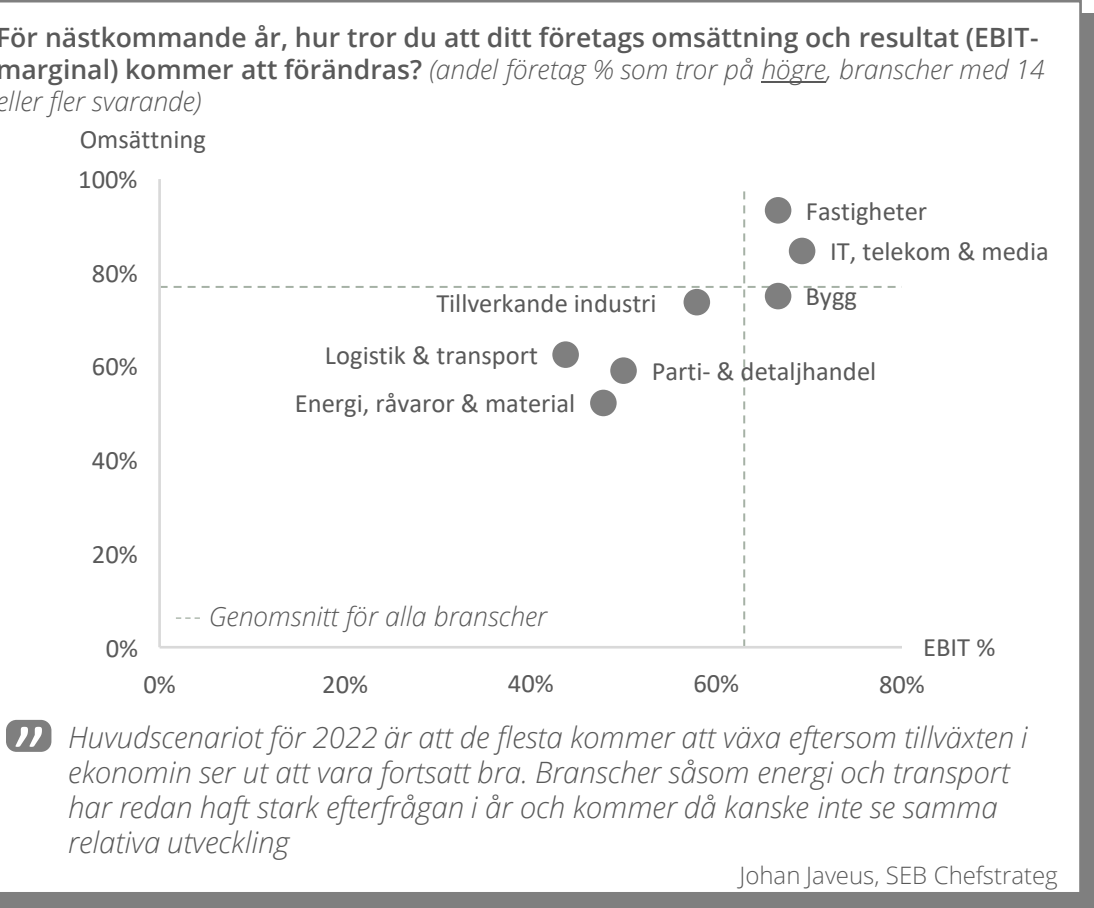


En klar majoritet ser fram emot både högre omsättning och bättre marginal – även om bilden mellan branscher varierar

59% av de svarande tror på både ökad omsättning och EBIT-marginal 2022...



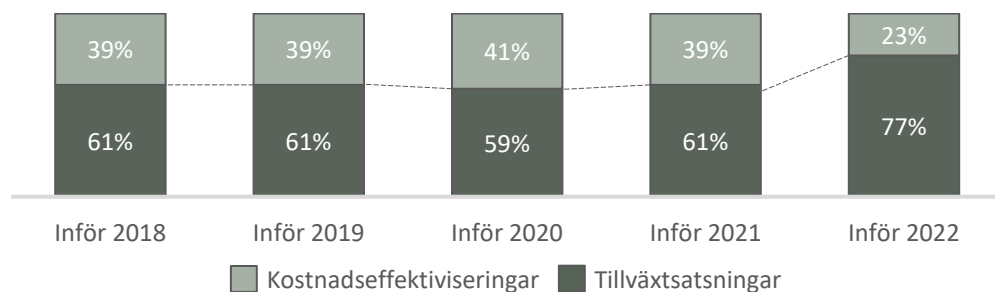
...med en stor spridning mellan branscher



Den optimistiska framtidssynen märks även i att det är ett historiskt högt fokus på tillväxt bland de svarande

Över tre av fyra svarande prioriterar tillväxtsatsningar före kostnadseffektiviseringar inför 2022...

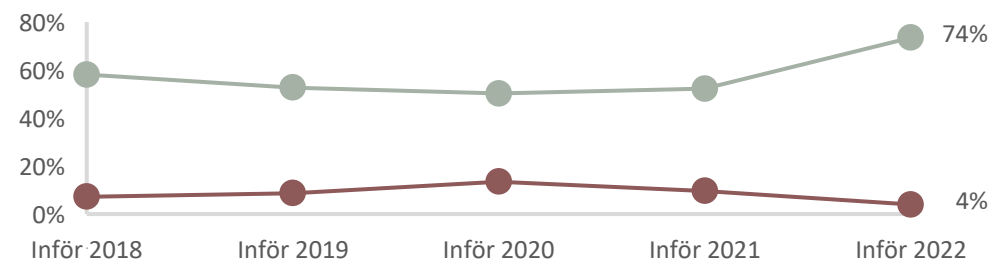
Företagens prioritering mellan kostnadseffektiviseringar och tillväxtsatsningar inför nästkommande år (andel företag %)



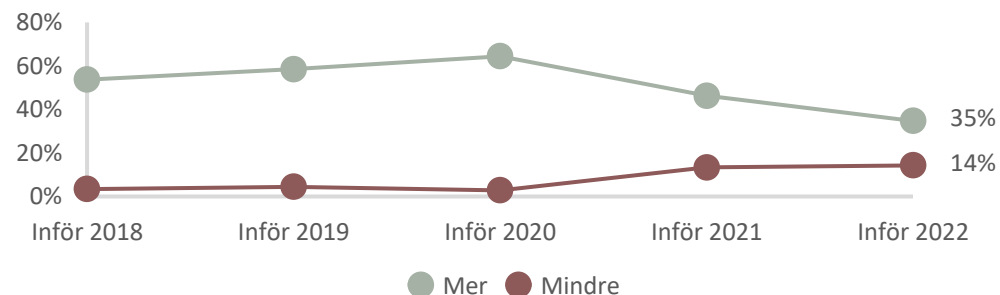
- > Prioriteringen mellan tillväxtsatsningar och kostnadseffektiviseringar har legat stabil över de senaste åren, men nu syns ett trendbrott inför 2022 där 77% satsar på tillväxt – en ökning med 26% (16 procentenheter)
- > Tillväxten ska främst ske organiskt likt tidigare år och genom förbättrade/utökade erbjudande samt ökad produktions- och leveranskapacitet
- > Branscher som fokuserar mycket på tillväxt är Tillverkande Industri (83%) Parti- och detaljhandel (90%) och Logistik & transport (87%)
- > Inom Fastigheter planerar endast 57% att fokusera på tillväxt framför kostnadsbesparingar

...vilket speglas i de initiativ som de svarande planerar att genomföra

I vilken utsträckning planerar ditt företag att genomföra tillväxtsatsningar under nästkommande år, jämfört med föregående år? (andel företag %)



I vilken utsträckning planerar ditt företag att genomföra kostnadseffektiviseringar under nästkommande år, jämfört med föregående år? (andel företag %)



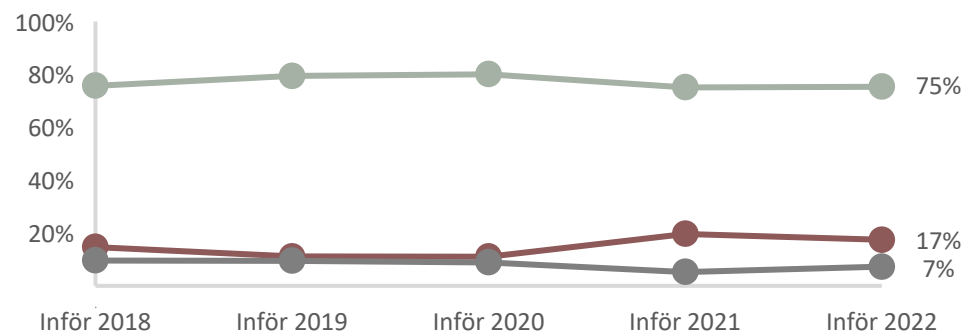
” Generellt sett brukar det inte vara kostnadsminskningar man fokuserar på om när man är optimistisk om framtiden

Johan Javeus, SEB Chefstrateg

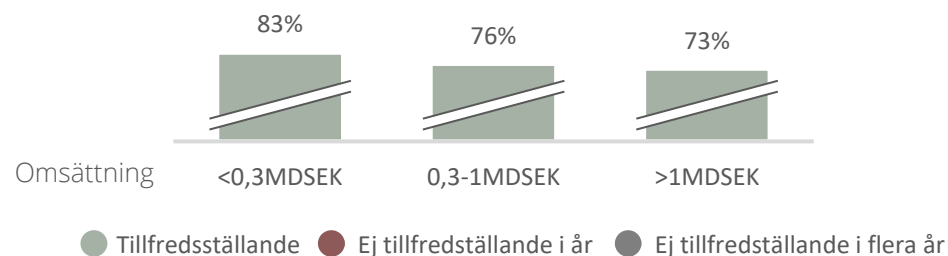
Inför 2022 ska samtidigt fler än någonsin öka sina investeringar, trots att möjligheterna att genomföra investeringar har legat stabila under pandemin

Majoriteten svarar att de kunnat genomföra önskade investeringar senaste åren

Vad beskriver bäst nuvarande investeringsnivå i ditt företag? (andel företag %)

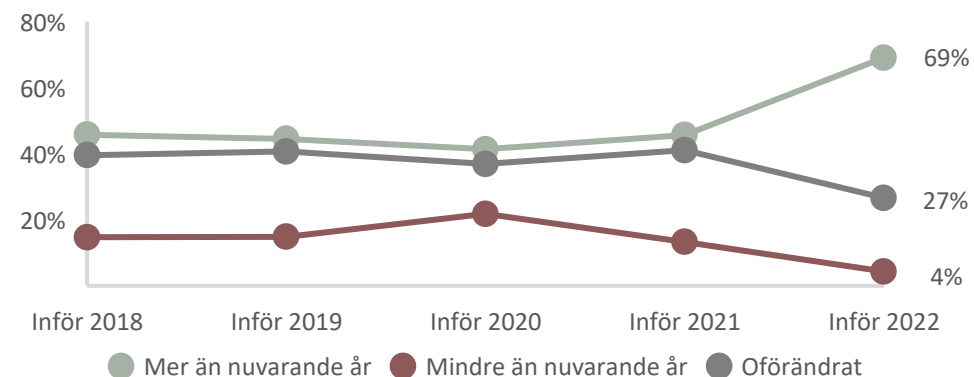


- > Mindre bolag är i större utsträckning tillfreds med sina investeringsnivåer



Andelen som kommer att investera mer nästa år har ökat markant inför 2022

Hur kommer ditt företag att investera under nästkommande år jämfört med innevarande år? (andel företag %)



- > Några branscher ska tydligt öka sina investeringar 2022 jämfört med 2021: Energi, råvaror och material (från 30% till 83%), Tillverkande industri (från 33% till 83%) samt Fastigheter (från 22% till 92%)
- > Kompetensförsörjningen ses som en förutsättning för investeringar, och lyfts fram av flera svarande före exempelvis tillgång till kapital

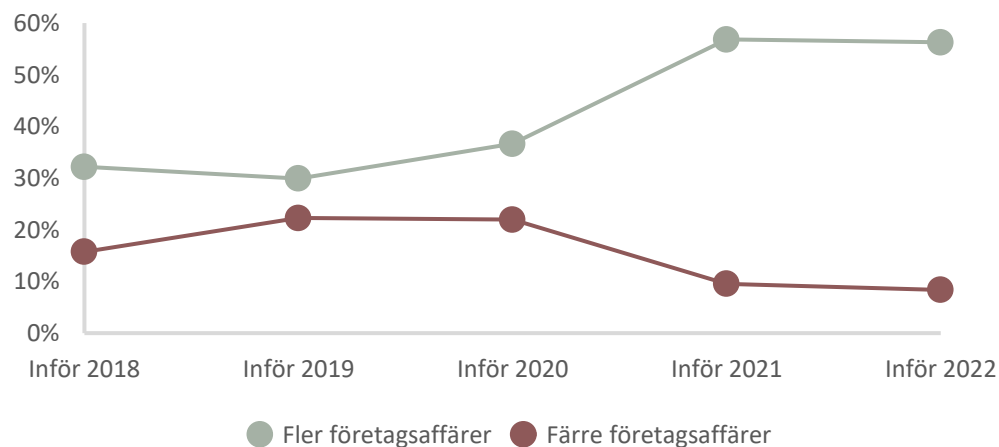
” Investeringsvolymen minskade något pga pandemin. Dock är även kompetensförsörjningen ett visst hinder för tillräckliga investeringar

VD Fastigheter

Förväntningen på en ökning av antal företagsaffärer inför nästa år ligger kvar på en hög nivå, vilket indikerar en fortsatt hög strukturuomvandling

Svenska VD:ar tror på en ökning av företagsaffärer i Sverige..

Hur förväntar du dig att antalet företagsaffärer* i Sverige kommer att förändras under nästkommande år jämfört med föregående år? (andel företag %)



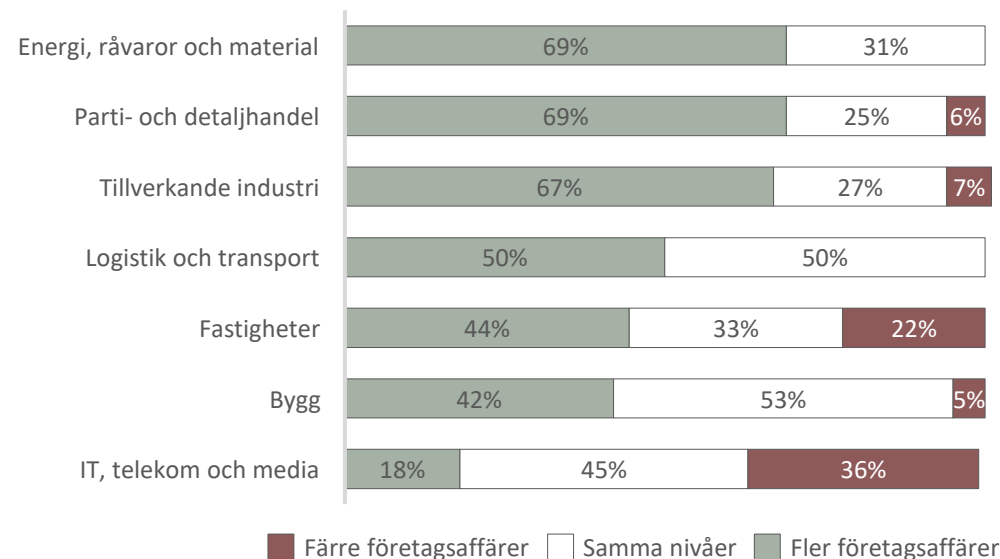
> Inför 2021 förutspåddes en kraftig ökning av antal företagsaffärer. Inför 2022 tror de svarande på att ökningen kommer ligga kvar på samma höga nivå

” Pandemin har fungerat som en katalysator för rätt stora förändringar på kort tid. Det skapar förutsättningar för att tänka nytt inom många branscher. Konsolideringar är i sin tur en naturlig följd av detta

Johan Javeus, SEB Chefstrateg

...även om andelen som tror på fler företagsaffärer skiljer sig mellan branscherna

Hur förväntar du dig att antalet företagsaffärer* i Sverige kommer att förändras under nästkommande år jämfört med föregående år? (andel företag %, branscher med 14 eller fler svarande)



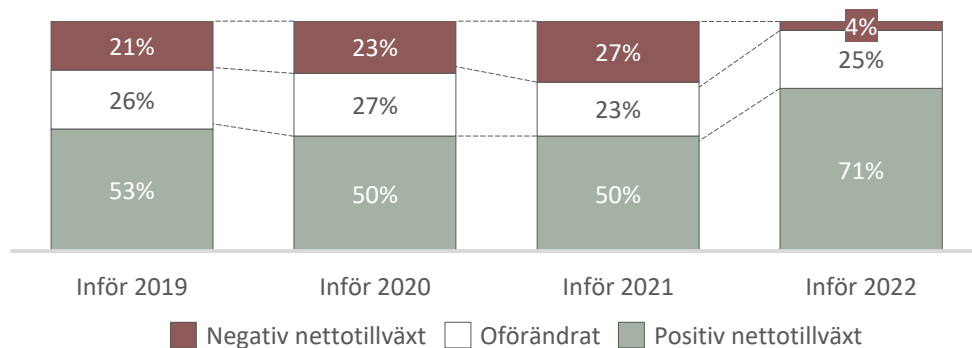
” Finns nog ytterligare konsolideringar som är nödvändiga, bland annat inom e-handel

VD Parti- och detaljhandel

Alla tillväxtplaner leder till ett behov av att rekrytera, men samtidigt uttrycks oro för svårigheter att hitta rätt kompetens

Fler företag än på länge tror på en ökning av personalstyrkan inför nästkommande år...

Företagens tro på personaltillväxt inför kommande år (andel företag %)

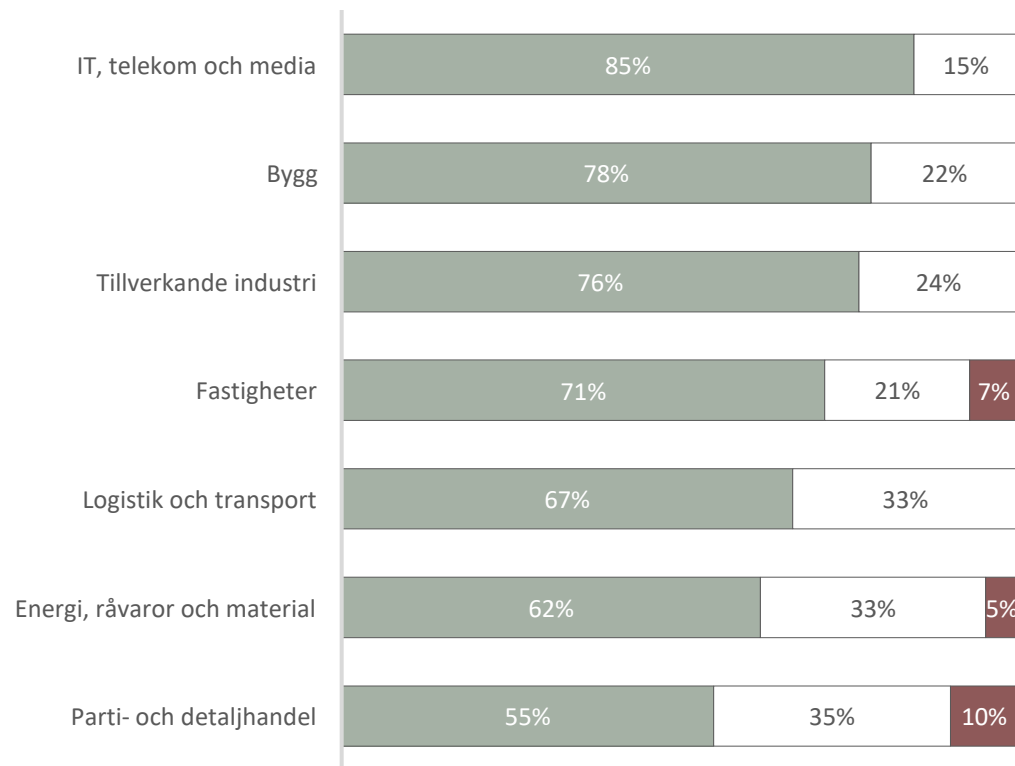


- > Inför 2022 syns en tydlig ökning (från 50% till 71%) av planerna att öka antalet anställda, och endast 4% tror på en minskning
- > Endast 28% av företagen hade en personalökning 2020 (jämfört med att 50% av bolagen trodde på ökning inför året), 2021 låg samma siffra på 56%
- > Personaltillväxten talar för att 2020 var ett paus-år, medan 2021 handlade om återhämtning och under 2022 gäller fullt fokus på tillväxt

” Ny kompetens inom företaget är en förutsättning för tillväxtsatsningar
VD Parti- och detaljhandel

...men det varierar mellan branscher

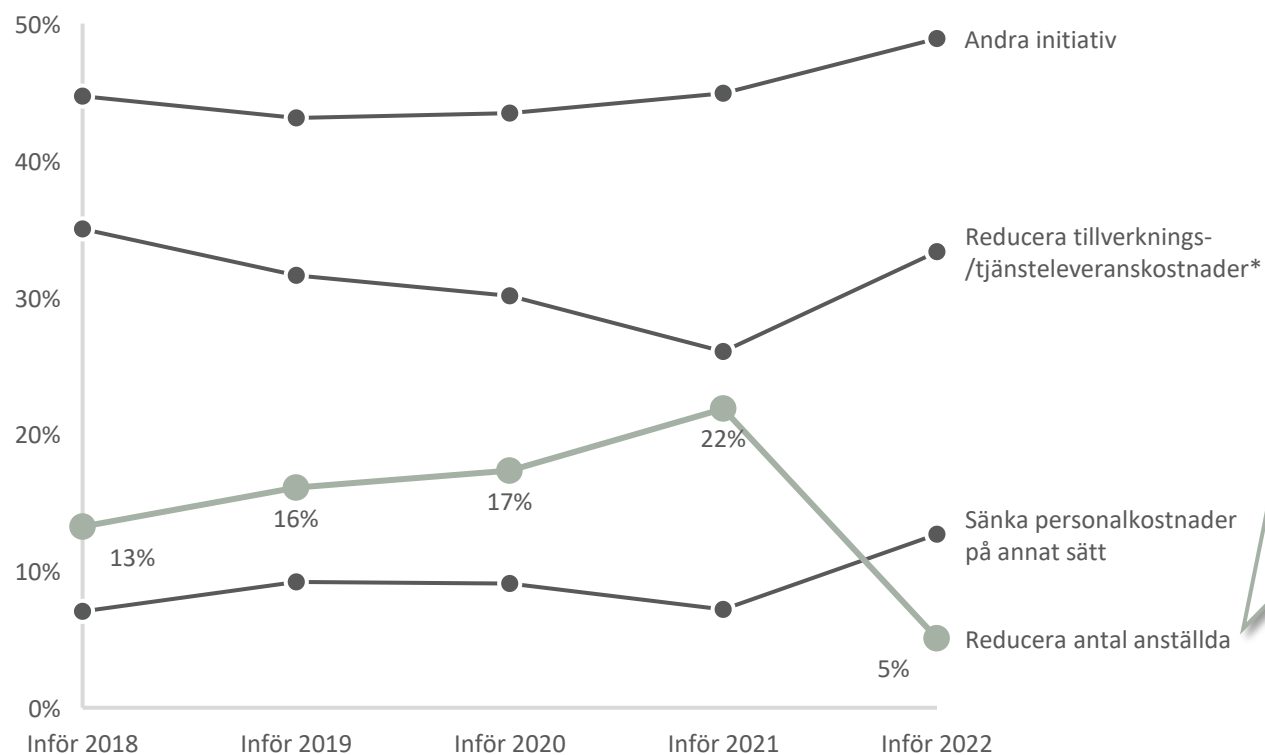
Företagens tro på personaltillväxt inför kommande år (andel företag %, branscher med 14 eller fler svarande)



Behovet av kompetens syns även i planerna för kostnadsbesparingar, med historiskt lågt fokus på att reducera antalet anställda

För första gången sedan 2016 är reduktion av antalet anställda det initiativ som lägst andel svarande ska genomföra i kostnadseffektiviseringssyfte

Rangordna de initiativ ditt företag kommer genomföra i syfte att kostnadseffektivisera nästkommande år (andel företag %, 1:a eller 2:a prioritet)



- > Andelen svarande som planerar att reducera antalet anställda har sjunkit drastiskt från 22% i fjol till 5% inför 2022
- > Prioriteringen går i linje med företagets fokus på tillväxt och att flera svarande uttryckt svårigheter i kompetensförsörjningen
- > IT, telekom och media (14%) samt Energi, råvaror och material (8%) ligger båda över snitt (5%) i sitt fokus på att reducera antal anställda

” Det råder brist på personal

VD Tillverkande industri

*Exklusive personalkostnader



MAKROEKONOMI: Andelen med *positiv syn på det makroekonomiska klimatet* inför nästa år (jämfört med 2021) är det högst uppmätta i studiens historia

Sida 7

FÖRETAGEN: 2022 kommer i hög grad att präglas av *tillväxtinitiativ* och *investeringar* enligt de tillfrågade VD:arna

Sida 15

REFLEKTIONER: Trots positiv syn finns det fortsatta utmaningar såsom *kompetensförsörjning* och *oförutsägbara leveranskedjor* och alla är inte lika positiva på längre sikt

Sida 24

Reflektioner

I detta kapitel vill vi lyfta fram ett par av våra reflektioner kring hur svenska VD:ar har svarat och framförallt kopplat till den starka optimism och höga ambitionsnivå som finns inför nästa år



Den positiva synen på nästkommande år är unikt hög under studiens 12 år trots att det finns fortsatta utmaningar inom resursförsörjningen



Även om den generella framtidssynen är positiv så indikerar studien att det finns både långsiktiga bransch-vinnare (IT, telekom & media) och – förlorare (Fastigheter) "post-Covid"



Historien har lärt oss att en lågkonjunktur ofta kommer utan förvarning, så trots bolagens positiva syn på de nästkommande kvartalen bör beredskap för oväntade händelser finnas i planeringen



Bolagen har spänt bågen högt inför 2022 med ambition att öka både omsättning och marginal. Det är utmanade att åstadkomma och kräver tydligt fokus samt att man är beredd att prioritera bland initiativ

Den rekordhöga positiva inställningen inför 2022* är något överraskande givet fortsatta utmaningar inom resursförsörjningen

Den positiva synen på nästkommande år är unik under VD-studiens 12 år. Aldrig förut har så många svarande VD:ar haft så hög tilltro till den makroekonomiska utvecklingen, samtidigt som det är ett historiskt högt fokus på tillväxt, med utökade investeringar och mål om både högre omsättning och lönsamhet. Företagens syn brukar vara en bra indikator för hur tillväxten kommer se ut de kommande 2-3 kvartalen men den positiva inställningen blir extra iögonfallande när man tar hänsyn till osäkerheterna som finns i omvärlden, varav de som främst lyfts fram av de svarande är problemen i värdekedjan samt de höga råvarupriserna.

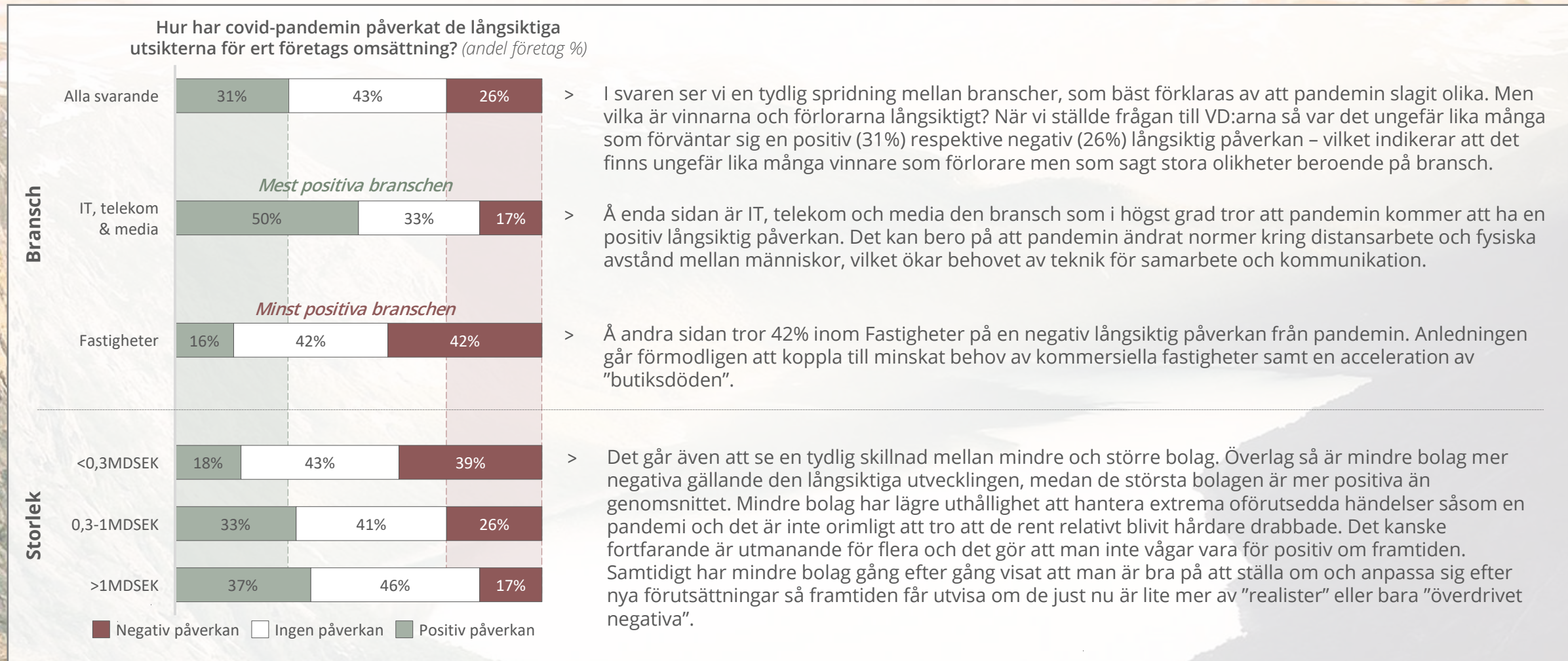
Branscher som är mest **beroende av värdekedjan** är minst optimistiska till 2022

- > Förflyttning av varor är centralt i affärsmodellerna för de flesta bolag inom Parti- och detaljhandel och inom Logistik och transport (bortsett från persontransport). Av de större branscherna (minst 14 svarande) så är också dessa två branscher de som är minst optimistiska inför nästkommande år.
- > De har båda lägre tilltro till branschutvecklingen både kortsiktigt och långsiktigt, men även det egna bolagets förmåga till lönsam tillväxt. Samtidigt är de båda branscherna tydligt orienterade mot tillväxt framför kostnadsbesparingar – kanske har de redan lagt mycket fokus på just att skära kostnader redan under pandemins tidigare faser.
- > Trots tillväxtfokus är det endast ungefär hälften som vill investera mer under 2022 än året innan, förmodligen för att de allra flesta (nästan 9 av 10) redan är nöjda med sina investeringsnivåer. Kan det vara så att de redan slagit in på en kurs de tänker hålla fast vid?

De **höga råvarupriserna** har olika påverkan beroende på om man är köpare eller säljare

- > Under 2021 såg vi rekordhöga priser på råvaror, vilket påverkat de allra flesta branscher negativt. Priserna har gått ner något igen, men det finns fortfarande osäkerhet kring prisnivån framöver.
- > Tillverkande industri är en av de branscher som är beroende av råmaterial som insatsvaror i produktionen samt energi för att kunna producera sin varor. De upplever just nu en hög efterfrågan och hoppas på ytterligare nedgång av råvarupriser vilket ger möjlighet att stärka marginalerna.
- > Energi, råvaror och material å andra sidan har haft ett bra år till följd av prisnivåerna. En förväntad prisnedgång skulle kunna förklara den relativa pessimism som råder, eftersom just Energi, råvaror och material är den bransch (av de större branscherna) där minst andel tror på en positiv branschutveckling och högre omsättning. Samtidigt ligger man högt både i investeringsvilja och tillväxtsatsningar, kanske som följd av att man lyckats bygga en stark kassa under en period med höga priser?

Även om den generella framtidssynen är positiv så indikerar studien att det finns både långsiktiga bransch-vinnare och -förlorare när pandemins effekter klingat av

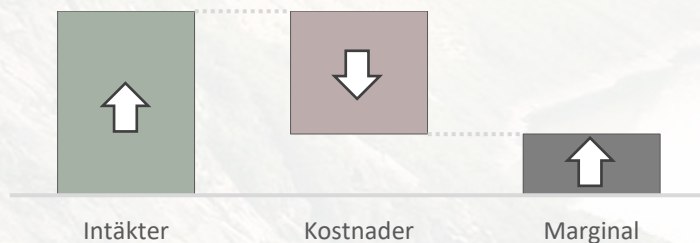


Bolagen har spänt bågen högt inför 2022 och enligt Axholmens erfarenhet är det svårt att öka både omsättning och marginal samtidigt – hur man prioriterar blir centralt för hur bolagen lyckas

Axholmens erfarenhet är att det är utmanande att öka både omsättning och marginal samtidigt och data visar att endast ca 4 av 10 bolag faktiskt lyckas med det¹. Det kräver ett tydligt fokus och en ihärdighet både från ledningen och övriga delar av organisationen för att orka driva igenom alla initiativ. Har man satt den målsättningen så ser vi primärt tre tillvägagångssätt för att uppnå både högre omsättning och marginaler. Gemensamt är att alla tre kräver gynnsamma marknadsförhållanden i termer av en stark efterfrågan eller ett skifte i konsumtionsmönster – båda förutsättningarna finns just nu på flera marknader. Med rätt initiativ bör det alltså finnas möjligheter till lönsam tillväxt.

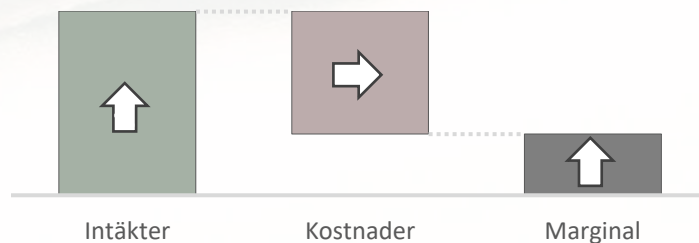
1. Öka intäkter och minska kostnader parallellt

- > Säljer man mer av samma produktmix så ökar omsättningen, och så länge fasta kostnaderna är desamma ökar även marginalen i teorin
- > Dock tillkommer ofta kostnader i samband med tillväxtsatsningar som gör att marginalen initialt ligger kvar på samma eller lägre nivå. Därför behövs vanligtvis även kostnadsbesparande åtgärder för att öka marginalen



2. Skifta mix mot erbjudanden med högre marginal

- > Klarar man av att växa erbjudanden som har en högre marginal ökar både omsättning och total-marginalen. Ofta är sådana möjligheter redan utnyttjade i hög grad men vid marknadsskiften kan det uppkomma nya möjligheter. Detta kan ske genom nya erbjudanden, att lägga mer vikt mot mer lönsamma erbjudanden eller att lägga ner de mindre lönsamma erbjudandena (sistnämnda ger högre marginal, men ej högre omsättning). Om intäkterna ökar mer än kostnaderna så kan man uppnå lönsam tillväxt



3. Prisoptimering eller reduktion av intäktsläckage

- > Prisoptimering syftar till kortsiktig och långsiktig justering av prisnivåer, genom att anpassa priserna till olika kunders priskänslighet kan intäkterna öka mer än eventuella kund- och intäktsbortfall. Även intäktsläckage är vanligt, där man av olika skäl inte får in de avtalade beloppen fullt ut från sina kunder
- > Genom att optimera priserna kan man öka omsättningen utan att påverka kostnaderna, och på så sätt uppnå högre marginaler



FÖRUTSÄGELSERNA INFÖR 2022 PRÄGLAS AV BOLAGENS POSITIVA SYN



Oavsett vad som händer under 2022 och om det verkligen blir så bra som bolagen tror, så hjälper det att förbereda sig för olika scenarion. Det kommer alltid att finnas åtgärder att vidta för att öka konkurrensförmåga och motståndskraft.

Våra white papers ovan är några exempel, fler finner du på axholmen.se

Axholmen i korthet

Managementkonsultfirma som grundades 2007 i syfte att erbjuda ett personligt och modernt svenskt alternativ till de amerikanska strategihusen, fokus är på lönsamhetsförbättringar som levereras i tätt samarbete med klienten med pragmatism som ledord

Hur vi gör?

Vi har lyckats bygga en stor kundbas bland ledande svenska och skandinaviska företag samt attrahera och behålla topptalanger. Vi har åstadkommit detta genom att leverera konkreta resultat i strategiska projekt kombinerat med ett sätt att arbeta i mindre, mer seniora team, tillsammans med vår kund. Våra kunder beskriver oss som både strategiska och konkreta genom att belysa vår förmåga att hjälpa dem att hitta relevanta lösningar samt vara med dem hela vägen tills att förändringen genomförts och resultat uppnås

Vilka vi är?

Axholmen har ett starkt team av erfarna managementkonsulter som alla delar tanken att moderna konsulttjänster är motiverade av de faktiska resultaten och det ekonomiska värdet som skapats. Vi är villiga att dela den kommersiella risken och knyta en stor del av vårt arvode till att de överenskomna resultaten uppnås



Milosz Tersmeden, Partner och VD

milosz.tersmeden@axholmen.se
076-161 21 99



Erik Mokvist, Partner

erik.mokvist@axholmen.se
070-749 14 95



Richard Cecchini, Partner

richard.cecchini@axholmen.se
073-068 11 34



Caroline Öhrberg, Partner

caroline.ohrberg@axholmen.se
073-517 61 83

Ingmar Bergmans gata 2, 3tr
114 34 Stockholm

+46 8 55 00 24 80

www.axholmen.se info@axholmen.se