

”Når forandringens vinde blæser over Mariager Fjord”

Med fokus på hvordan globaliseringen skaber en brydningstid for virksomhederne i Mariagerfjord-området. Det betyder nye krav til, hvordan der bl.a. tænkes rekruttering, forretningsudvikling og innovation.



Indlægsholder

Lars Ib

Cand. merc. i International Virksomhedsøkonomi

Ekstern lektor Aalborg Universitet

Direktør Business Institute A/S

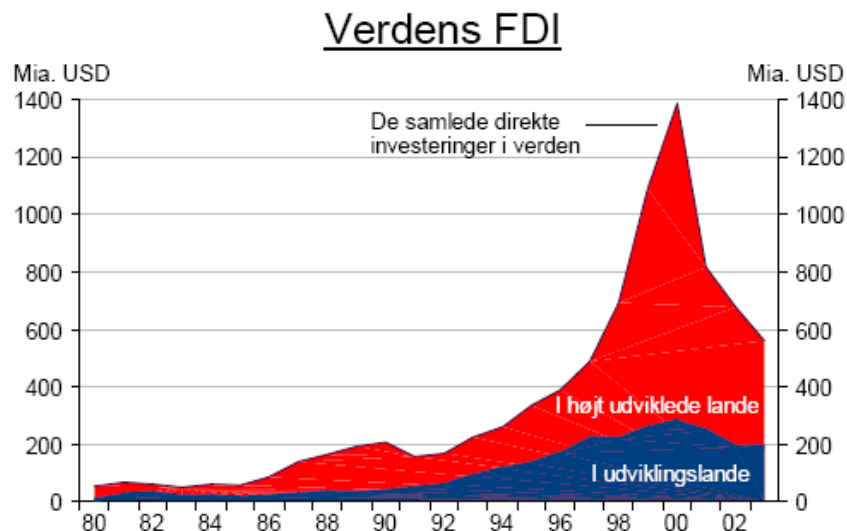
lars@business-institute.dk

www.business-institute.dk

Globalisering

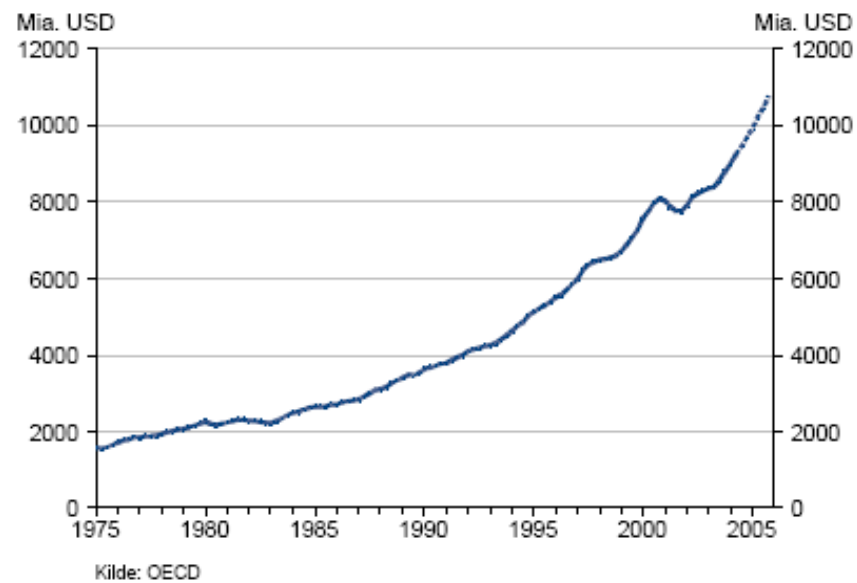
Hvad forstås ved globalisering?

- Globalisering kan karakteriseres som den hastigt voksende globale integration. Globaliseringen manifesteres gennem den voksende udveksling af mennesker, kapital, varer, services, informationer, teknologier og kultur.



Kilde: DI, baseret på UNCTAD

Vækst i den internationale handel



Verdensbilledet ændrer sig ...



BRIK-landene

Finanshuset Goldman Sachs vurderer, at Brik-landene i 2050 vil have større økonomisk styrke end de nuværende økonomiske stormagter tilsammen.

Allerede i 2007 forventer man, at BRIK-landene vil overgå USA med vækstbidrag til verdensøkonomien.

Produktionsdiamanten

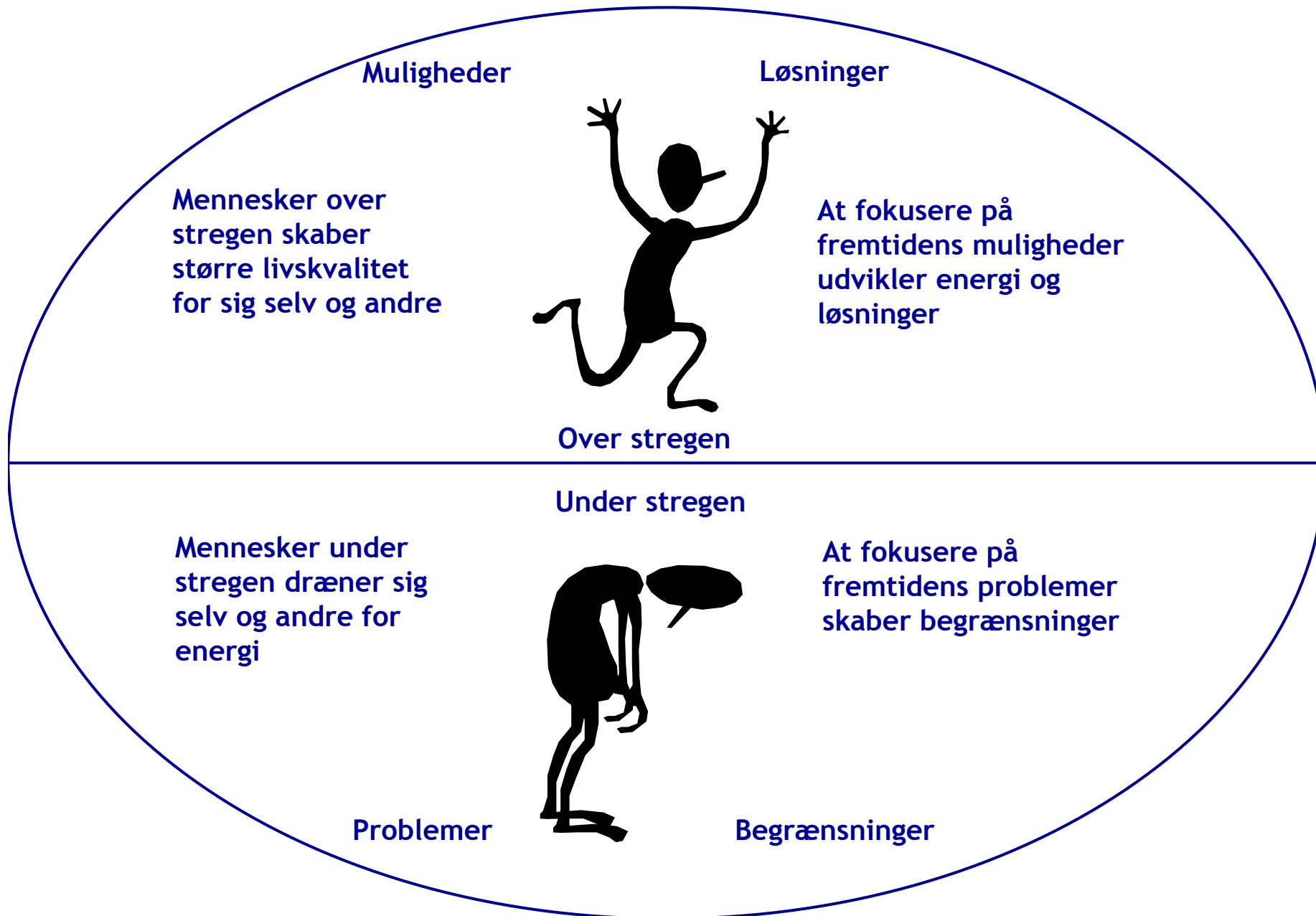


Billedet er fra månedsmagasinet Lederne, nr. 6, juni 2004, annonce fra investeringsforeningen Sydinvest

377.400 fuldtidspersoner er beskæftiget i industrien i Danmark, hvilket er det laveste siden 2. verdenskrig.

Kilde: Erhvervsbladet 2. juni 2004.

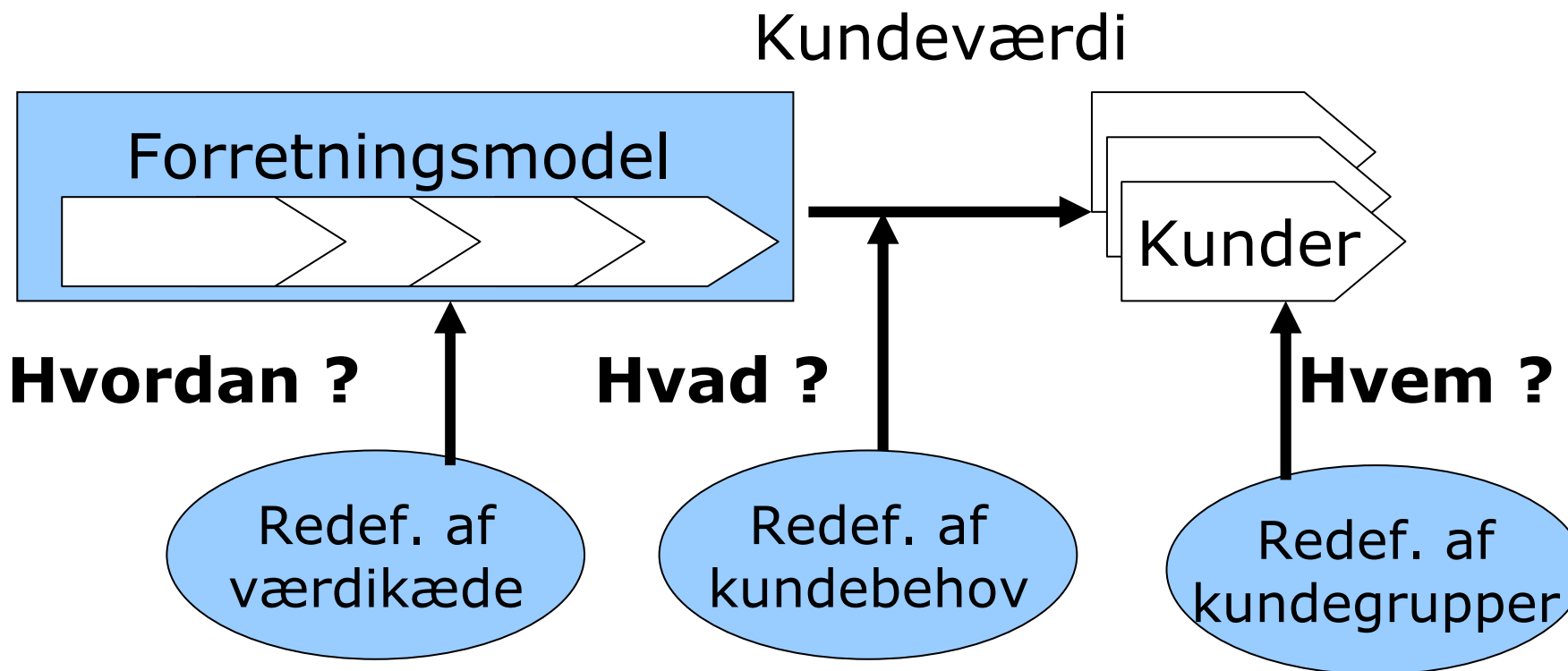
Hvad betyder globaliseringen for virksomhederne?



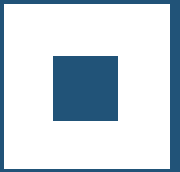
■ Strategisk Innovation

Strategisk innovation er en grundlæggende gennemtænkning af den eksisterende forretningstænkning og forretningsmodel (ved at bryde konventionelle branche- og konkurrencemæssige spilleregler) med henblik på at opnå dramatiske værdiforbedringer for kunder samt at skabe høj vækst for virksomheden

Strategisk Innovation



Strategisk Innovation: En begrebsramme



Drivkræfter

Kultur

Proces

Mennesker

Ressourcer



Resultater

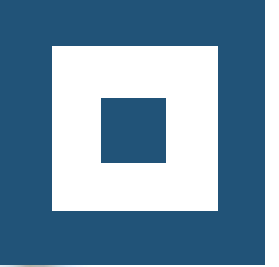
Markant kundeværdiforøgelse

Konkurrence-mæssig repositionering

Strategisk Innovation: Drivkræfterne



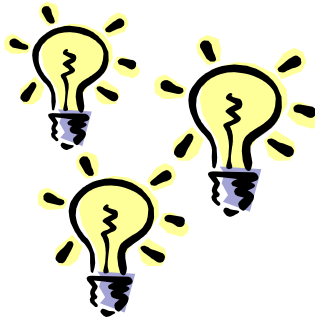
Drivkræfter	Hvad
Kultur "Etabler en spørgekultur"	Organisationsudvikling
Proces "Gå på kreativ udforskning"	Fremme forretningsorienteret udvikling Find ildsjælene i virksomheden
Mennesker "Bring nye stemmer ind"	<ul style="list-style-type: none">-Brug medarbejdere som normalt ikke deltager i beslutningsprocessen-Ansæt andre typer af medarbejdere, skæve profiler m.v.
Ressourcer "Tiltræk ressourcer via ekstern relationsopbygning og netværk"	Indgå i netværk nationalt og internationalt



" Se til siden ... "



"Tænk flydende..."



"Forbind det uforbindelige"

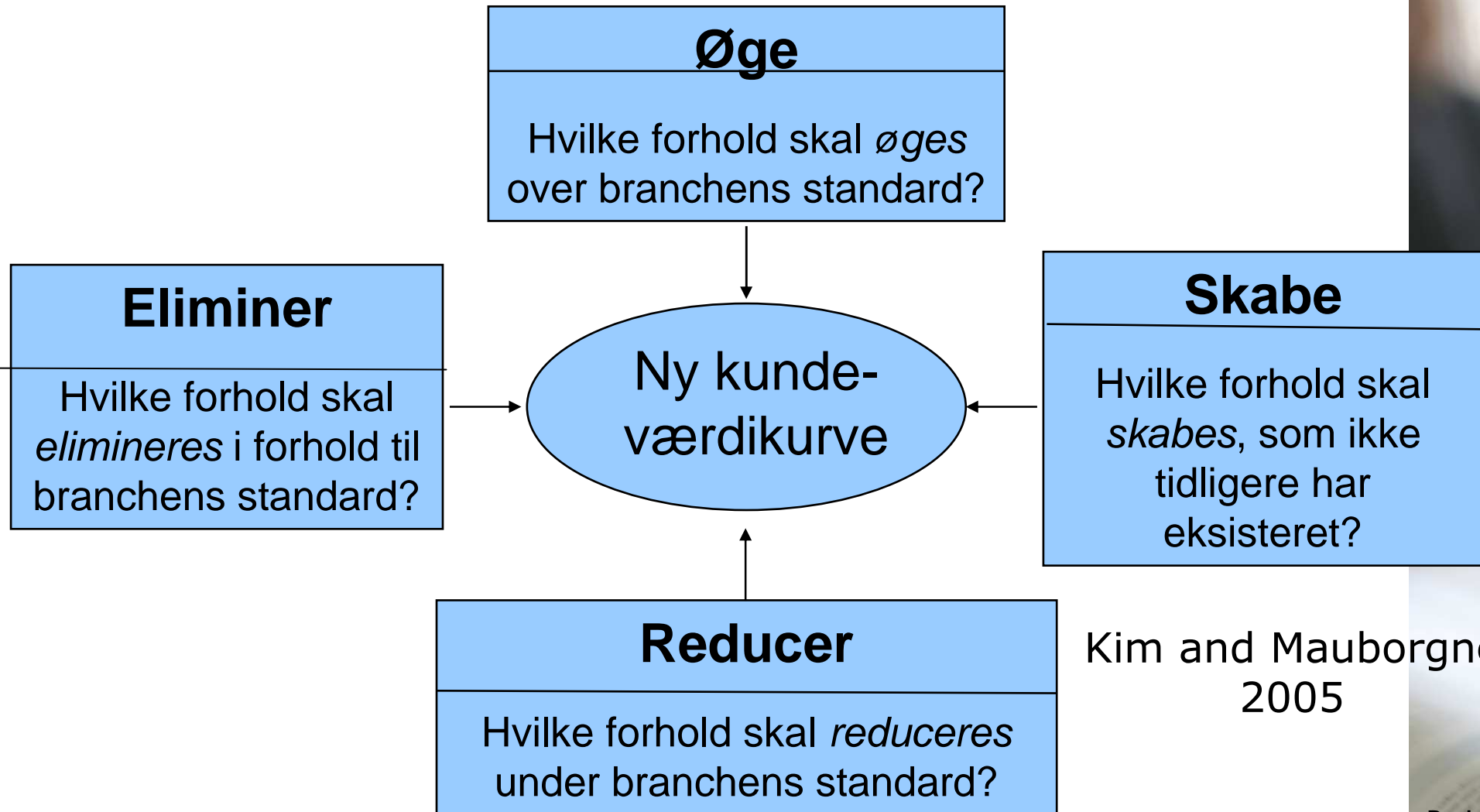


"Se ind i andre verdener"



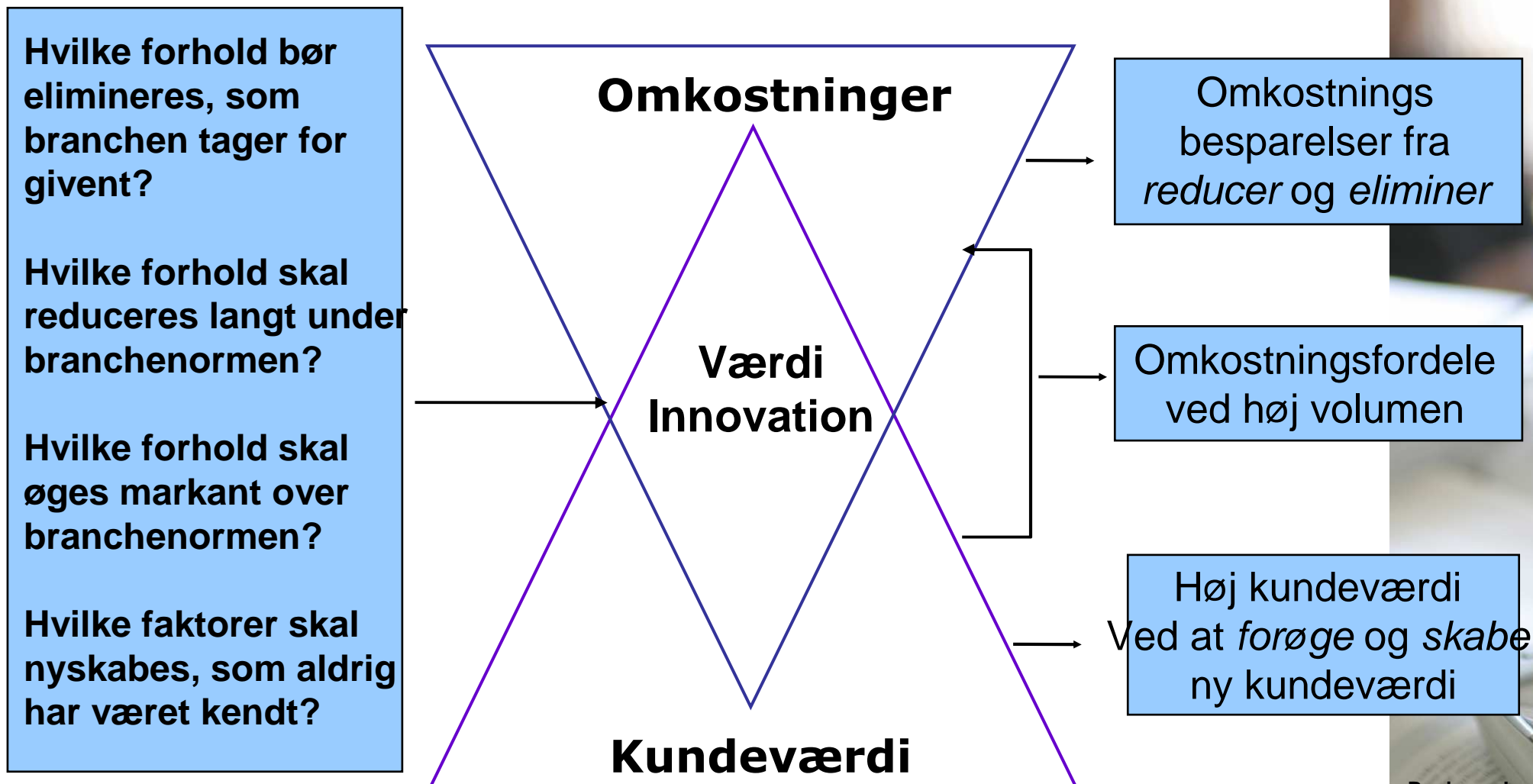
Etablering af en ny kundeværdikurve

Eksempel: WHAT?

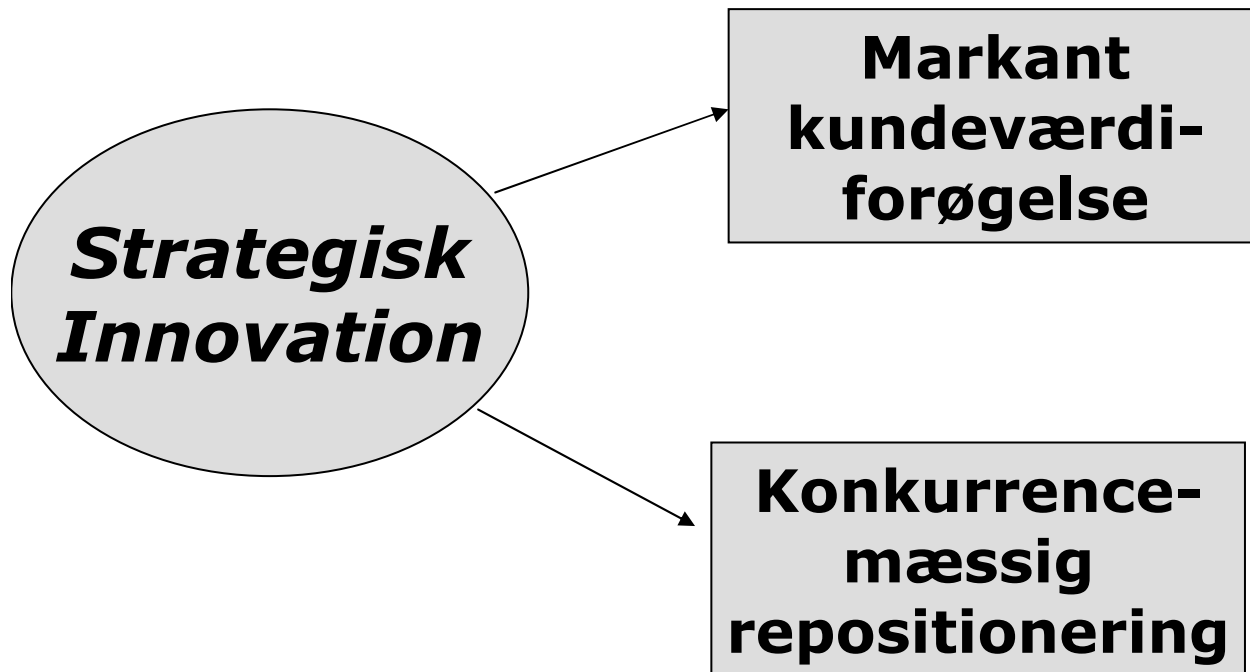


Kim and Mauborgne
2005

Værdiinnovation: Høj kundeværdi og lave omkostninger i balance



Strategisk Innovation: Resultater



Resultater

- Proaktivt markedsforståelse og indlevelse
- Proaktivt værdiskabelse
- Gøre eksisterende konkurrence irrelevant
- Definere nye spilleregler

Muligheder i en globaliseret verden

- **Redefinering af din markedsplads**
 - **Tænk globalt – agere lokalt, øget internationalisering.**
 - **Kend dit marked – tænk i kundeværdier.**
- **Tænk i innovation**
 - **Øget viden i produkter og ydelser**
 - **Værdiskabelse for kunderne**
 - **Nye kunder**
 - **Hvordan skal vores forretningsmodel se ud?**
- **Tænk i mennesker og kompetencer**
 - **Bring nye stemmer ind. F.eks. akademikere**
 - **Bring virksomhedens ildsjæle i spil**
 - **Bring medarbejdernes viden og kreativitet i spil via kreative processer**

