

Vækststrategi: Som nyopstartet virksomhed burde du begynde med at tænke småt



RESUMÉ

En stor kunde kan ændre meget for din virksomhed - men specielt i startfasen er det en forkert måde at gribe din markedsstrategi an på. Begynd i stedet med at fokusere på de små kunder. På den måde kan du både forbedre dit produkt og dit brand inden du laver de store satsninger. Ved at få styr på dine pengestrømme og gå efter organisk vækst, minimerer du også risikoen for fiasko, samtidig med at du reducerer dine omkostninger.

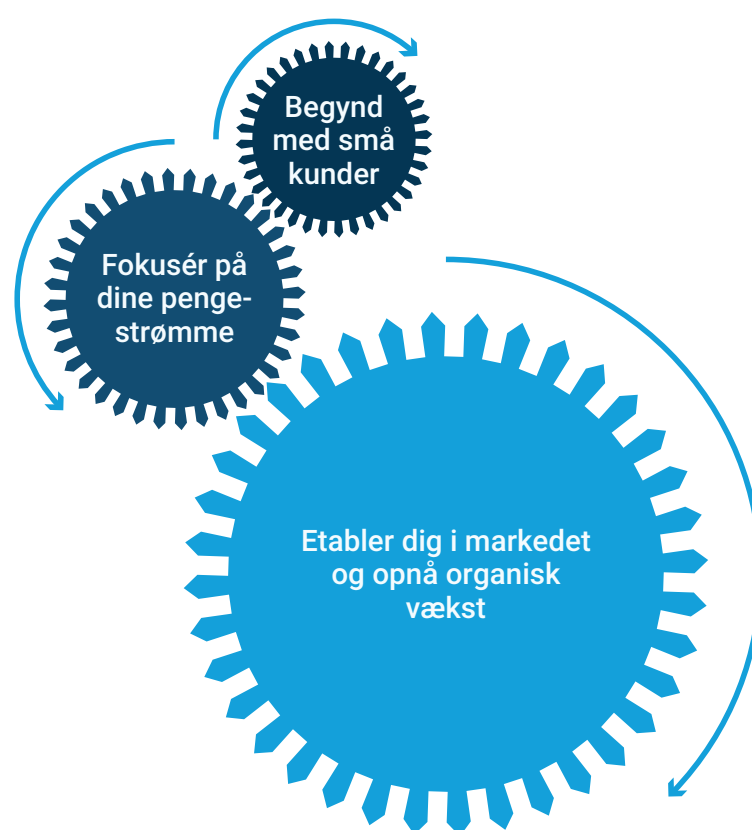
Du har lige påbegyndt driften af din nyopstartede B-2-B-virksomhed, og alt, du har brug for til at blive en succes, er at lande en stor nøglekunde.

Du ved, at med store kunder kommer store penge, samtidig med at det vil give dig anerkendelse i markedet. Dit fokus er derfor 100% på at finde og overtale drømmekunden.

Desværre er realiteten sådan, at imens du leder, så hober omkostningerne sig op, og uden penge ind, bliver pengestrømmen stadig mere negativ. Efter nogle måneder uden held bliver det økonomiske pres for stort, og du ser dig nødsaget til at lukke din nye virksomhed, og selvom du er nogle erfaringer rigere, sidder du igen uden penge. Dette er desværre ikke en sjælden historie blandt iværksættere, og det er et resultat af, at for mange nyopstartede virksomheder følger en forkert vækststrategi.

Vi anbefaler derfor en nyopstartet virksomhed at starte med at tænke småt! Det strider umiddelbart mod et af vores tidligere indlæg (fem fejl nyopstartede virksomhed begår), men der er tale om to forskellige aspekter af driften. Så forestil dig i denne sammenhæng, at din virksomhed er et ur: for at viseren skal flytte sig en time, må minutviseren først rykke sig 60 gange, og for at minutviseren skal flytte sig, må sekundviseren rykke sig 60 gange. Erhvervslivet følger generelt set den samme regel; man må starte med de små tandhjul, før de store begynder at rotere. For at hjælpe dig som iværksætter

med, hvordan du skal sikre, at din virksomhed overlever og bliver lønsom, har vi derfor lavet illustrationen af denne vækststrategi nedenfor:



Som I ser, har denne vækststrategien 3 hovedfaser, og selv om den kan virke lidt simpel og banal, vil den for en nyopstartet virksomhed nok være den sikreste "opskrift" for økonomisk stabilitet og vækst. Nedenunder er vi gået lidt

mere i detaljer i de forskellige faser for vores vækststrategi:

at du har kunder, så følg rådene ovenfor, og lad ikke dine iværksætterdrømme blive ødelagt af den forkerte strategi.

1) Begynd med små kunder

Sandsynligheden for, at en nyopstartet virksomhed klarer at få sikret sig en stor kundekontrakt, er ikke stor, og det bør derfor ikke være et mål, før virksomheden har eksisteret i noget tid. Som udgangspunkt bør du se på markedet: hvilket behov dækker dine konkurrenter, og hvordan kan du dække det bedre end dem? Når du har fundet din mulighed, handler det først og fremmest om at få kunder. Små virksomheder har typisk specielle krav, du som opstartsvirksomhed har bedre mulighed for at dække, og hvis jeres samarbejde skulle ende dårligt, vil det ikke medføre det samme negative omdømme som med en stor kunde. Find dermed nogle små virksomheder og samarbejd tæt med dem. I denne fase er det vigtigt med fleksibilitet, sådan at dit produkt kan ændres, efterhånden som du forstår markedet bedre. Læs eventuelt vores indlæg om lean start-ups. Fra et økonomisk perspektiv, gør fokuset på små kunder, at du hurtigere vil begynde at få indtægter end hvis du udelukkende jagter de største kunder. Denne vækststrategi vil dermed lægge et økonomisk fundament du kan bygge videre på, samtidig med at den vil give dig den nødvendige kundskab om markedet du opererer i.

2) Fokusér på dine pengestrømme

Nu hvor du har et produkt, markedet er interesseret i, samt nogle eksisterende kunder, bør dit primære fokus ligge på at opretholde positive pengestrømme. Du skal ikke stresse med, at du skal vokse hurtigt og blive den største aktør på markedet - det vil bare føre til unødvendig risiko. Se på dine omkostninger og forstå, hvordan de kan minimeres, uden at det går ud over kvaliteten på det produkt eller den tjeneste, du tilbyder. For at opnå dette bør du lave en standardiseret udgave af det, du tilbyder, sådan at du kan skalere produktionen og kontinuerligt mindske enhedsomkostningerne. Arbejd samtidig med at få flere små kunder, så dine indtægter og arbejdskapital øges. Indlægget om pengestrømme, er et godt udgangspunkt for at lære mere om hvordan du kan få styr på de penge der går ind og ud af din virksomhed.

3) Etabler dig i markedet og opnå organisk vækst

Med en solid kundebase og tryk økonomi, siger denne vækststrategi at dit fokus nu burde ligge på at øge din markedsandel og sikre din position mod konkurrerende virksomheder. Dette kan gøres ved at bruge eksisterende kundereferencer til at sikre dig kontrakter med større virksomheder, som igen vil give dig mulighed for at reducere dine enhedsomkostninger yderligere. Samtidig bør du nu bruge en del af din arbejdskapital til at forbedre din produktportefølje, optimere driften af din virksomhed og gennemføre markedsføringskampagner. I denne fase af vækststrategien kan det også være smart at vurdere mulighederne for at indhente ekstern kapital, f.eks. gennem et erhvervslån eller via aktiesalg, for at vokse hurtigere og holde dig foran konkurrenterne. Selvom dit fokus i denne fase primært bør ligge på vækst, må du ikke glemme din nyopstartede virksomheds fundament - dine pengestrømme.

Afslutningsvis vil vi igen præcisere vigtigheden af at starte i det små. For at din virksomhed skal overleve sine første år, skal der komme flere penge ind, end der går ud. Det kræver,