

Virksomhedsstrategi: Har du en strategi for din virksomhed?



RESUMÉ

Din strategi er din plan eller metode for at opnå en ønsket fremtid. Overordnet set kan du forfølge tre forskellige typer strategier. En lineær strategi handler om at have en langsigtet og nøje tilrettelagt plan. Hvis du derimod følger en adaptiv strategi, er din plan mindre rigid, og tilpasser sig kundernes skiftende behov undervejs. Den tredje mulighed er en fortolkende strategi, hvor det er dig, der skaber behovet for kunderne. De fleste virksomheder inkorporerer i større eller mindre grad mere end én af typerne i deres strategi. Det kommer formentlig til at være, eller er allerede, tilfældet for din virksomhed - hvad der er vigtigt, er, at dit primære fokus ligger på den type, der passer bedst til din branche.

For at lave en konkurrencedygtig forretning, er det nødvendigt med en overordnet strategi for din virksomhed.

Men for at kunne lave en virksomhedsstrategi, kræver det en forståelse for hvad strategi rent faktisk er, og hvad for nogle typiske strategier du kan vælge mellem. Læs dette indlæg for at få en oversigt, så du kan finde din virksomheds vinderstrategi!

Hvad betyder strategi egentlig?

”Desværre” findes der ikke et enkelt svar på det spørgsmål, men til artiklens formål definerer vi det som en plan eller metode for at opnå en ønsket fremtid, som for eksempel opnåelsen af et mål eller løsningen på et problem¹. I bund og grund handler det om at have en idé om, hvor man vil hen med sin virksomhed, og finde ud af, hvilken vej man skal tage for at komme derhen. Der findes tre hovedgrupperinger af strategier, og hvilken af dem, du vælger, vil have en meget stor effekt på, hvordan din virksomhed udvikler sig. Før du bestemmer dig for, hvilken strategitype som passer bedst til din virksomhed, er det vigtigt, at du har en forståelse af, hvad de tre indebærer, og hvornår de kan være aktuelle:

De 3 strategi-typer

Strategi 1: Lineær strategi

En lineær strategi er måske det, de fleste af os tænker på, når vi hører ordet strategi. En lineær strategi indebærer typisk en langsigtet plan med meget konkrete mål og klar ressourcefordeling. Idéen er, at man ved at følge en nøje planlagt rute vil kunne håndtere sine konkurrenter og andre kendte hindringer, indtil man ender ved sit mål. Selvom lineære strategier længe har været normen, er denne fremgangsmåde gået tilbage i popularitet gennem de seneste årtier. En stor årsag til dette er, at valgfrihed nu er større for alle i samfundet, og med det sker der hurtigere skift i markedet, og dermed bliver det sværere at planlægge præcist over længere tid.

Strategi 2: Adaptiv strategi

Som en respons på disse ændringer har flere og flere virk-

somheder lagt deres langtidsplaner væk til fordel for bedre tilpasningsevne. Nøglen til en succesfuld adaptiv strategi ligger i at matche sin virksomheds ressourcer og viden med de muligheder, der findes i markedet. Altså handler det om at ændre sig i takt med kundernes skiftende præferencer. Hvilket som regel i praksis er nemt for mindre virksomheder ift. store organisationer og virksomheder.

Strategi 3: Fortolkende strategi

En fortolkende strategi har, på samme måde som en adaptiv strategi, fokus på kunderne og deres præferencer. Til forskel fra en adaptiv strategi handler en fortolkende strategi om at ændre kundernes syn på virksomheden i stedet for at ændre virksomheden til kundernes præferencer. I princippet betyder det, at man skaber et behov for sit produkt eller tjeneste, som markedet ikke havde før. Man ser typiske eksempler på denne strategi inden for teknologi-industrien, f.eks. hvordan Apples iPhone skabte et behov for smarttelefoner.

Hvilken af de tre strategityper er din vinderstrategi?

I virkeligheden har de fleste virksomheder elementer af alle tre i deres virksomhedsstrategi, men det vigtigste for dig er, at du ved, hvordan markedet og industrien, du opererer i, ser ud, sådan at du kan vælge den korrekte strategi.

Fortolkende strategi

Du har en tøjbutik på nettet, og derfor er det vigtigt, at du har mulighed for at tilpasse dig nye trends - så der vil det være uhensigtsmæssigt at indkøbe for meget inventar ad gangen, for selvom det kan mindske dine omkostninger per enhed, hjælper det ikke, hvis du ikke får det solgt. Siden det vil være næsten umuligt at præcist anslå hvor mange enheder af en enkelt skjorte du sandsynligvis vil sælge, vil det nok være klogere at følge en adaptiv strategi hvor du først bestiller et mindre antal skjorter, og så heller bestiller flere hvis den er populær. Hvis din tøjbutik sælger meget unikt tøj, derimod, kan det være en idé at følge en mere fortolkende strategi hvor dit fokus vil ligge på at skabe den næste trend.

Som et andet eksempel: lad os sige, at din virksomhed laver maskiner til andre virksomheder på langtidskontrakter. Der bliver det nødvendigt at planlægge dine processer og indkøb over længere tidsperioder, sådan at du kan opfylde dine ordrer med minimale omkostninger.

Etsidste eksempel, hvis du har købt en madvogn, hvorfra du vil sælge eksotisk mad. Dine potentielle kunder har sandsynligvis aldrig smagt denne type mad før, så du vil hverken kunne lægge langtidsplaner

med klare opnåelige mål (pga. usikkerheden) eller ændre dit produkt efter kundernes præferencer, eftersom det ødelægger det unikke ved dit produkt. Dit strategiske fokus bør derfor ligge på at skabe en efterspørgsel hos dine kunder for netop dit produkt, altså en fortolkende strategi.

Den bedste strategi for dig kommer an på din branche

Som du kan læse i eksemplerne ovenfor, afhænger strategien, du vælger, meget af det miljø, virksomheden befinder sig i. Dermed ikke sagt, at du skal gå all-in på én af de tre strategityper, men for at opnå succes med din virksomhed, er det nødvendigt, at du udarbejder en strategi. De tre strategityper kan så være et godt udgangspunkt for at udforme din strategi.

Læs i øvrigt vores nyhedsbrev om virksomhedens opstart og bl.a. dennes "why" eller se videoen som du finder nederst i artiklen: [START-OBS | FORKROMEDE STRATEGIPLANER ELLER INTUITION](#) hvor en række dygtige danske iværksættere deler ud af gode råd og erfaringer ift. strategi. Vi vil senere skrive et indlæg specifikt om vision, mission og værdier. Tilmeld dig vores nyhedsbrev og modtag direkte besked når det publiceres.

Vi håber, du er blevet inspireret til at give din virksomheds strategienekstratanke. Vi vil løbende beskrive mere uddybende artikler om strategi, og hvis du ønsker at læse med, når vi skriver om andre højaktuelle emner, kan du melde dig til på vores nyhedsbrev her.

START-OBS | **STRATEGI**

https://www.youtube.com/watch?v=d0iIowlEa_w