

Vägen till framgång

En analys av Sveriges bäst
presterande företag

Per Weidenman | Expert, Business Market Analytics

Innehåll

Metod

Översikt

Sammanfattning

Framgångskluster

Klusterindelning

Kluster och framgångsfaktorer

Branschfördelning

Storleksfördelning och nyckeltal

Relationsbyggare

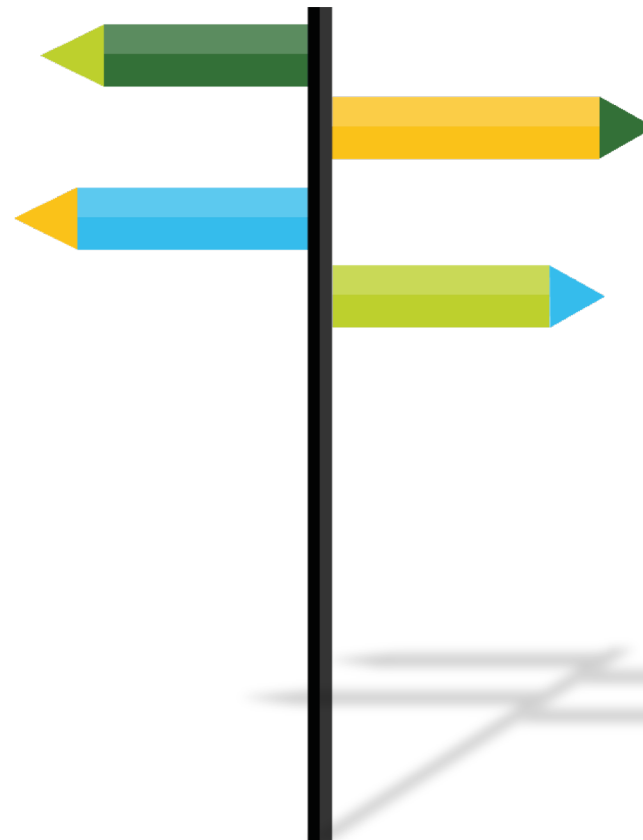
Strategerna

Säljarna

De affärsdrivna

Nytänkarna

Slutord



Metod

- Syftet med undersökningen är att förklara vad som gör vissa företag framgångsrika
- Därför har vi frågat Sveriges bäst presterande företag vad som har bidragit till deras framgång. 1 011 svarade.
- Genom att dela in företagen i kluster, baserat på deras enkätsvar, kan vi urskilja fem olika vägar till framgång som karaktäriserar dessa företag

Översikt

Om undersökningen



Respondenter

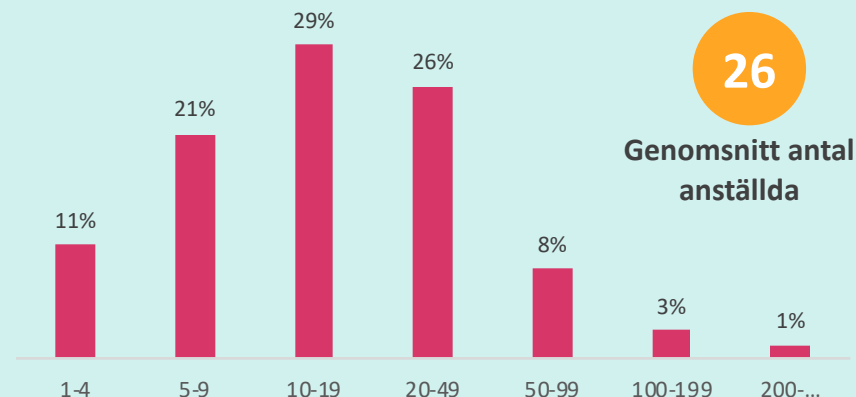


Frågor

- Målgruppen utgjordes av de 2% som är Sveriges mest framgångsrika företag, däribland årets 728 Superföretag*.
- Undersökningen skickades ut via e-post med länk till en webenkät i verktyget Netigate
- Totalt 1 011 personer med ledande befattningar inom sina bolag (främst VD och ägare) besvarade enkäten

1 011 företag

Fördelning på storleksklasser



Ägare och styrelsemedlemmar

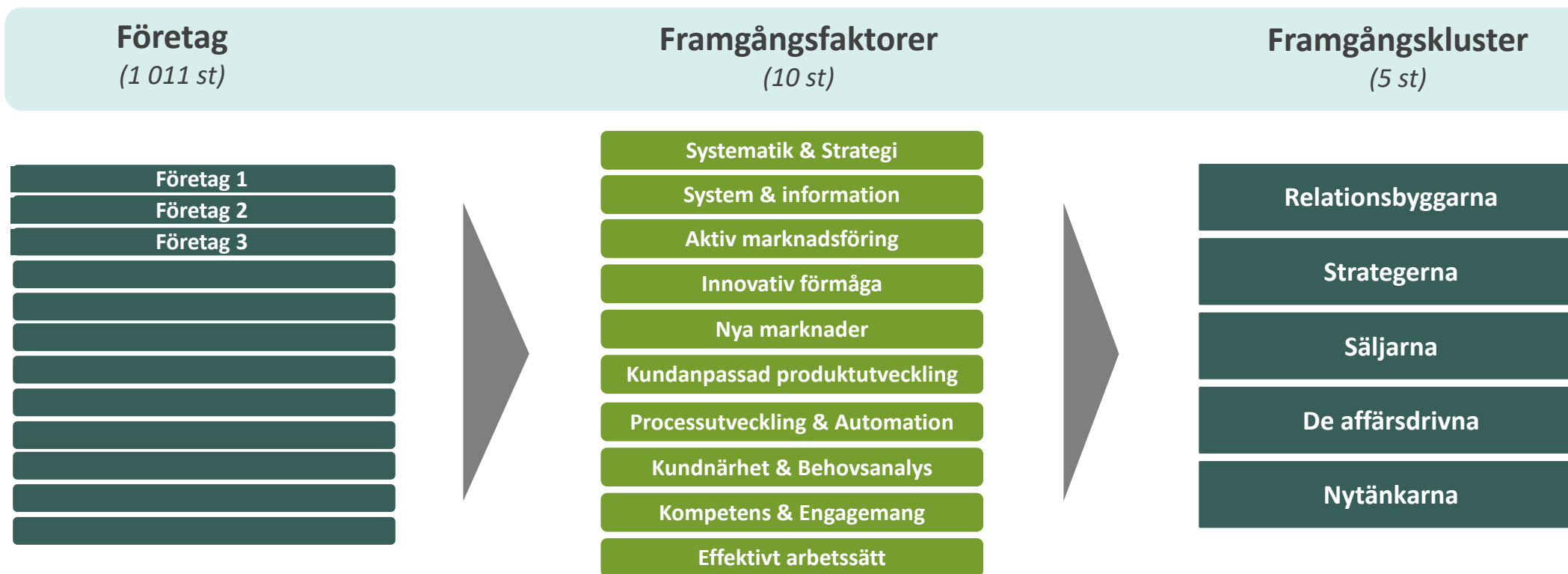


Sammanfattning

- Förståelse för kunden - det bästa framgångsreceptet
 - En majoritet anser att kundanpassad produktutveckling är en avgörande framgångsfaktor
 - Att kunna förstå kundens behov förväntas vara nyckeln till fortsatt framgång
- Fem kluster av framgångsrikt företagande
 - Företagens angivna framgångsfaktorer bestämmer vilket framgångskluster de tillhör
 - Varje kluster representerar en metod för att bedriva framgångsrika företag
 - Branschtillhörighet är inte den primära drivkraften för val av metod, då branschfördelningen är relativt jämn mellan klustren

Kluster av framgångsrikt företagande

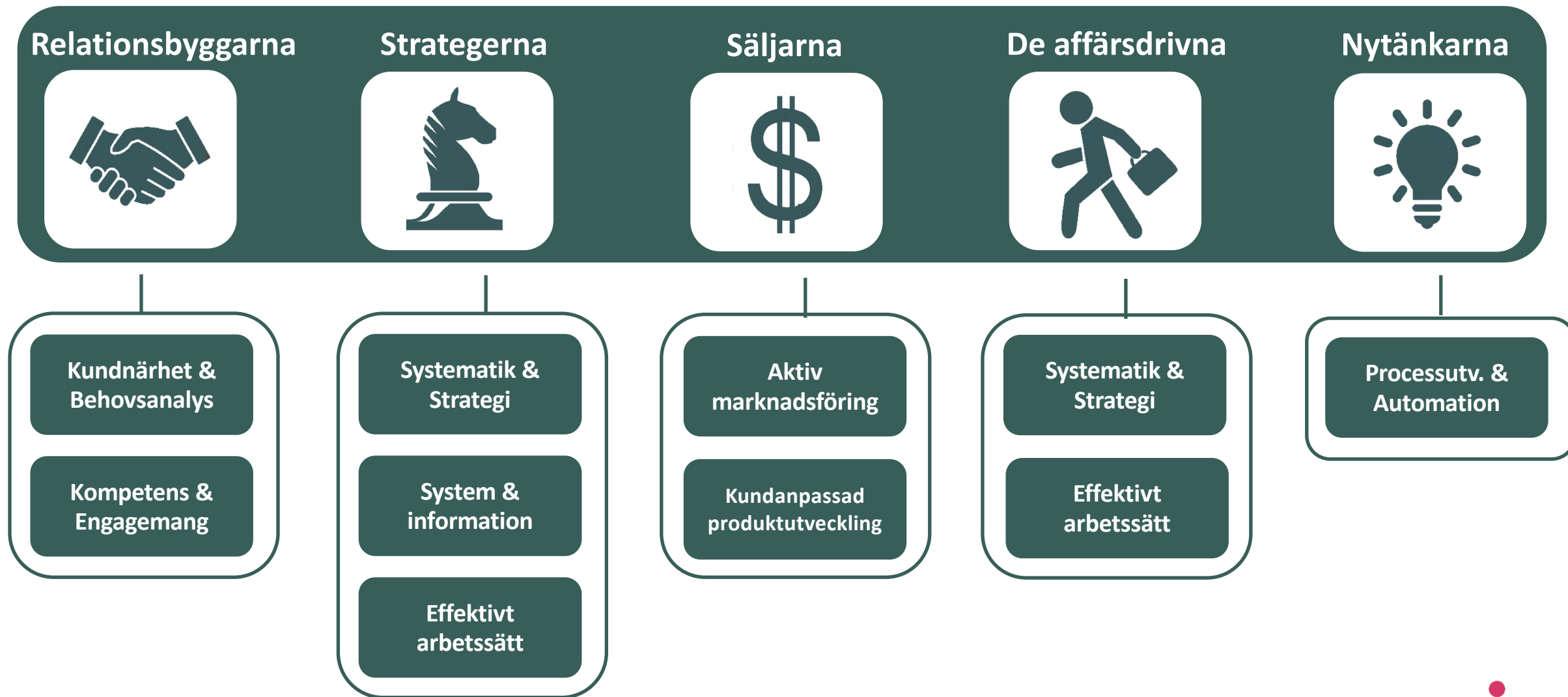
Företagen har delats in i fem olika framgångskluster



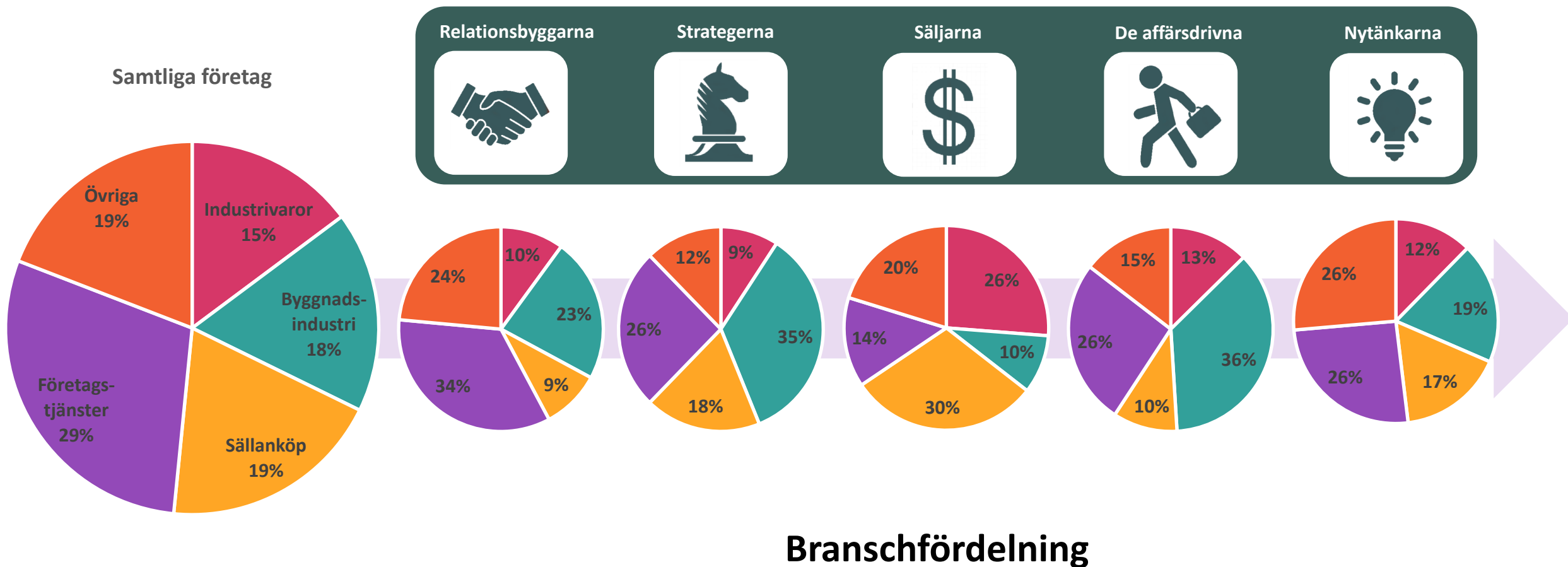
- Alla 1 011 företag som svarat har delats in i något av de fem framgångsklustren, baserat på hur de har svarat på enkäten
- Profileringen av klustren görs med hjälp av tio framgångsfaktorer, som är en sammanvägning av samtliga frågor i enkäten
- Indelningen är gjord så att företag inom samma kluster prioriterar samma framgångsfaktorer

Notis: Samtliga steg av faktoranalysen görs i ett datorprogram för statistisk analys, i detta fall SAS.

Klustren representerar olika metoder att bedriva framgångsrikt företagande



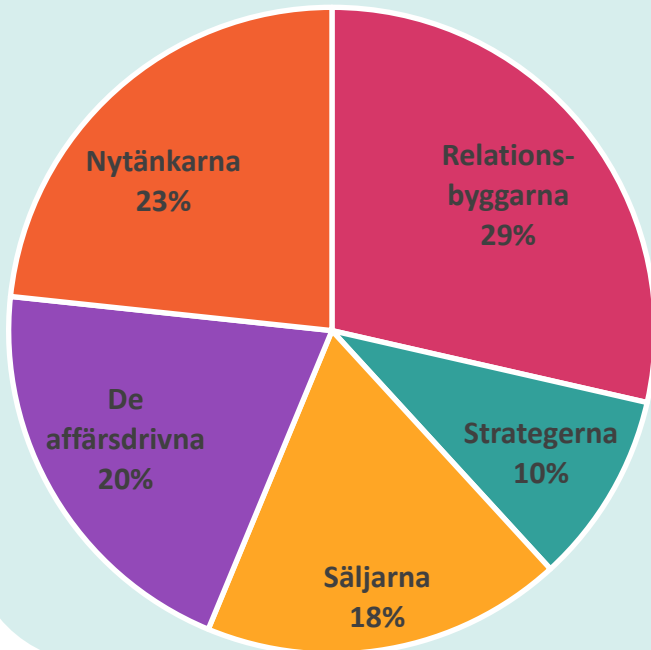
Branschfördelningen är relativt jämn mellan klustren



Notis: Övriga branscher är IT & Elektronik, Hälsa & Utbildning, Dagligvaror, Finans & Fastighet, Telekom & Media, Material, Energi & Miljö.

Relationsbyggarna är det största klustret

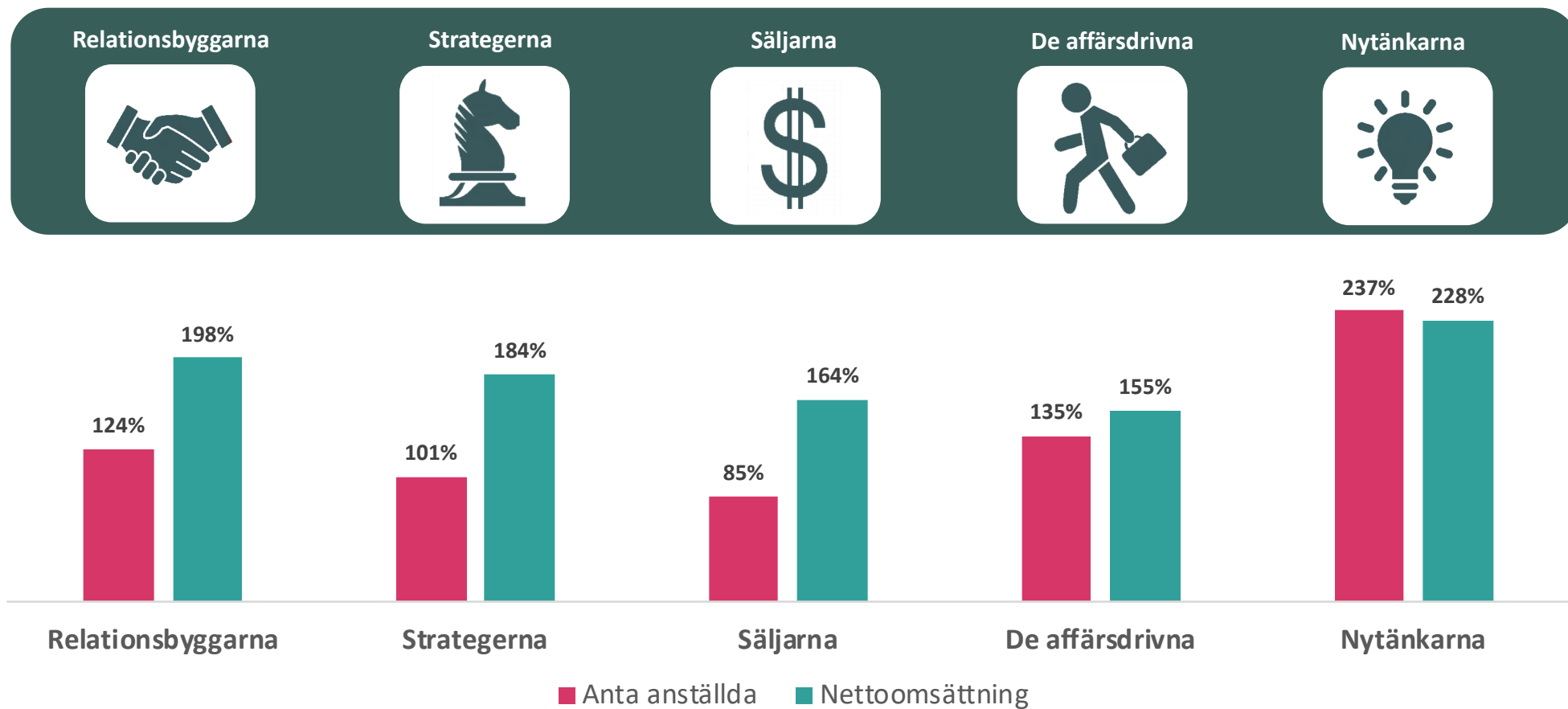
Klusterfördelning



Fakta

Kluster	Antal anställda (snitt)	Andel utlandsägda	Andel kvinnor i styrelse
Relationsbyggare	25	4,2%	15%
Strategiska & Metodiska	15	1,0%	11%
Säljorienterade	23	5,5%	14%
Affärsdrivna	28	2,4%	17%
Tekniskt nytänkande	32	5,1%	12%

Tillväxt per kluster under perioden 2008 till 2017



Relationsbyggarna



Framgångsfaktorer

Systematik & Strategi

System & information

Aktiv marknadsföring

Innovativ förmåga

Nya marknader

Kundanpassad produktutveckling

Processutveckling & Automation

Kundnärhet & Behovsanalys

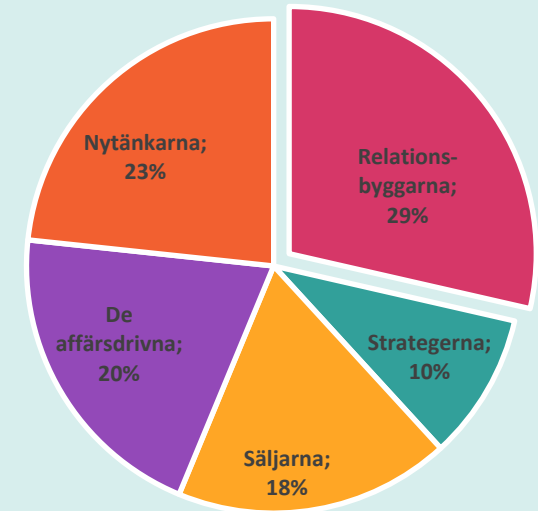
Kompetens & Engagemang

Effektivt arbetssätt

- Viktig framgångsfaktor
- Neutral faktor
- Obetydlig faktor

Beskrivning av framgång

Framgång nås genom goda, långsiktiga kundrelationer samt med kompetenta och engagerade medarbetare



Tillväxt sedan år 2008

124%

Antal anställda

198%

Nettoomsättning

"Engagemang utöver det vanliga ger framgång"

Strategerna



Framgångsfaktorer

Systematik & Strategi

System & information

Aktiv marknadsföring

Innovativ förmåga

Nya marknader

Kundanpassad produktutveckling

Processutveckling & Automation

Kundnärhet & Behovsanalys

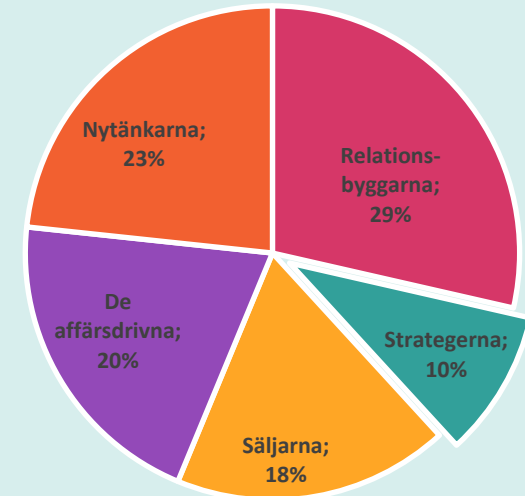
Kompetens & Engagemang

Effektivt arbetssätt

- Viktig framgångsfaktor
- Neutral faktor
- Obetydlig faktor

Beskrivning av framgång

Strukturerat arbetssätt,
uppdaterad information och tydlig
strategi kännetecknar ett
framgångsrikt företag



Tillväxt sedan år 2008

101%

Antal anställda

184%

Nettoomsättning

”Det handlar om att känna till våra fördelar och konkurrentens nackdelar i säljprocessen”

Säljarna



Framgångsfaktorer

Systematik & Strategi

System & information

Aktiv marknadsföring

Innovativ förmåga

Nya marknader

Kundanpassad produktutveckling

Processutveckling & Automation

Kundnärhet & Behovsanalys

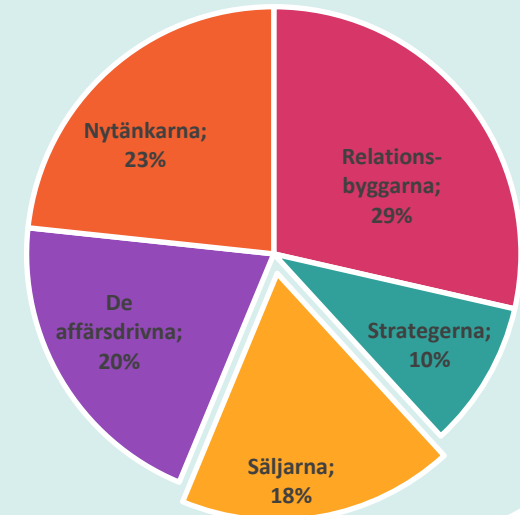
Kompetens & Engagemang

Effektivt arbetssätt

- Viktig framgångsfaktor
- Neutral faktor
- Obetydlig faktor

Beskrivning av framgång

Framgång handlar om att utveckla produkter som kunderna vill ha och att marknadsföra dessa mot en bred målgrupp



Tillväxt sedan år 2008

85%

Antal anställda

164%

Nettoomsättning

"Ge kunden det kunden vill ha, då blir kunden glad"

De affärsdrivna



Framgångsfaktorer

Systematik & Strategi

System & information

Aktiv marknadsföring

Innovativ förmåga

Nya marknader

Kundanpassad produktutveckling

Processutveckling & Automation

Kundnärhet & Behovsanalys

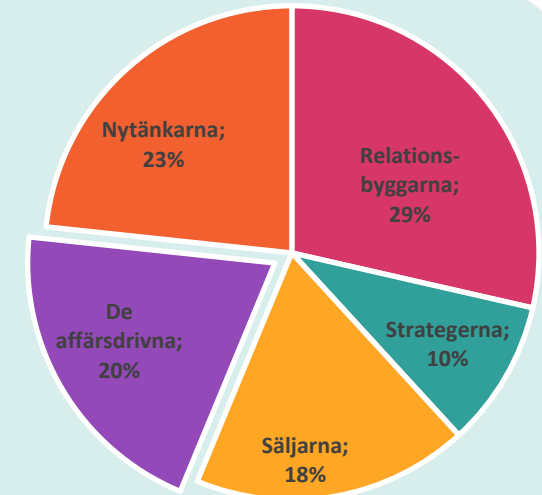
Kompetens & Engagemang

Effektivt arbetssätt

- Viktig framgångsfaktor
- Neutral faktor
- Obetydlig faktor

Beskrivning av framgång

Nyckeln till framgång är att etablera företaget när marknaden är mogen och att vara effektivare än sina konkurrenter



Tillväxt sedan år 2008

135%

Antal anställda

155%

Nettoomsättning

”Utveckling och nytänkande i all ära. Det viktigaste är att lära av historien, vad har gått rätt och vad har gått fel”

Nytänkarna



Framgångsfaktorer

Systematik & Strategi

System & information

Aktiv marknadsföring

Innovativ förmåga

Nya marknader

Kundanpassad produktutveckling

Processutveckling & Automation

Kundnärlighet & Behovsanalys

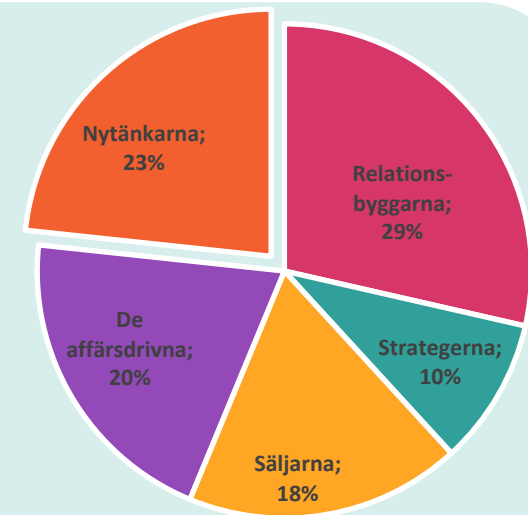
Kompetens & Engagemang

Effektivt arbetssätt

- Viktig framgångsfaktor
- Neutral faktor
- Obetydlig faktor

Beskrivning av framgång

Ett framgångsrikt företag ser utvecklingsmöjligheter och nya infallsvinklar på en befintlig marknad. High tech, automatisering och modernt är nyckelorden



Tillväxt sedan år 2008

237%

Antal anställda

228%

Nettoomsättning

”Skapa värde av våra egna nya idéer”

Slutord

Vad är det som gör att ett företag lyckas och ett annat inte? Efter att ha fått input från 1011 framgångsrika företag har vi kunnat utkristallisera tio framgångsfaktorer, som vi grupperat till fem lyckosamma metoder som framgångsrika svenska företag fokuserar på. Det som många duktiga bolag har gemensamt är en tydlig vision, att målmedvetet följa sin plan och inte vika från den utstakade vägen. Men för att fortsätta framgångsresan i en värld där marknader förändras och kunder ställer nya krav gäller det att göra mer än att hålla sig till sin ursprungsplan.

För att vara fortsatt bäst i klassen och slå konkurrenter på fingrarna måste företagen förstå sina egna utmaningar och bli bättre på mer än sin egen kärnverksamhet. Med den här rapporten hoppas vi kunna bidra till en bredare förståelse av företagens egen position samt konkurrenternas framgångsfaktorer: Var står de själva i dag och vilka områden behöver de satsa på för att växla upp i morgon?

I rapporten delas företagen in i fem olika kluster där varje kluster representerar en metod för att bedriva en framgångsrik verksamhet. Flest företag i undersökningen sällar sig till gruppen "Relationsbyggare". Den här gruppen anger att kundnärhet, behovsanalys och medarbetarnas kompetens och engagemang är de viktigaste egenskaperna för att lyckas. Men den dagen då "relationsbyggaren" tar steget och vill växla upp från att vara ett miljonbolag till ett miljardbolag måste alla framgångsfaktorer hänga med. För "relationsbyggaren" gäller det att ha fortsatt superfokus på kunder men också att satsa mer på sina svagare delar, exempelvis skaffa sig effektiva arbetssätt, automatiserade processer och smartare marknadsföring.

Det finns inget facit för hur man ska driva ett framgångsrikt företag men det finns tydliga egenskaper som bidrar till framgång. Alla lyckade företag är duktiga på att förvalta sin egen expertis, men de företag som verkligen lyckas nå högre höjder är de som förstår sina utmaningar och ser till att höja expertisen i alla delar av bolaget.

- Per Weidenman, Bisnode Analytics & Advisory