

Marknadsmål Svensk OEM-marknad

- Fortsatt tillväxt med lönsamhet!
- De mest nöjda kunderna!

Fokuseringar

- ✓ Ökat kundengagemang och fler helkunder genom ökad kundorientering
- ✓ Helhet i kundmötet – funktionsförsäljning
- ✓ Prisvärdhet – lägsta totalkostnad
- ✓ Motiverade medarbetare och bra arbetsmiljö
- ✓ Totalkvalitet i alla aktiviteter och funktioner i affärsprocessen
- ✓ Workshops
- ✓ Produktvärdet
- ✓ Intelligent logistik

Strategiska frågor

1. Hur ser marknadens tillväxt ut?
2. Har företaget potential att växa snabbare än marknaden generellt?
3. Hur ser affärsidén, kundstrukturen och konkurrenter ut?
4. Hur ser produktportföljen ut?
5. Är företaget beroende av enstaka produkter, kunder eller leverantörer?
6. Hur ser företagsledning och personalstruktur ut?
7. Är företaget beroende av speciella nyckelpersoner?
8. Var tjänar företaget pengar –
produkt/tjänst/kund/kundkategori/geografiskt?
9. Är kostnadsstrukturen anpassad till verksamheten?
10. Finns det framtida investeringsbehov?
11. OEM – Objekt?
12. Utlandsorientering?
13. Övrigt...

En sanning många glömmer = sammanfattning

- *Tillväxt* skapas genom teknikutveckling och effektiv marknadsföring och försäljning
- *Lönsamhet* skapas genom effektiva operativa processer som stödjer tillväxt, dvs. i logistikarbetet
- *Göthes* mål är att skapa högsta möjliga affärs- och kundvärde i affärsprocessen och värdekedjan, till lägsta totalkostnad och bästa totalekonomi