

Swedish Scaleups

METOD

Behovsanalys och tillväxtplan

**SWEDISH
SCALEUPS**



EUROPEISKA
UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonden



Behovsanalys och tillväxtplan

Med en vision och tydlig målbild inom olika affärsområden kan företag mycket lättare identifiera nödvändiga aktiviteter för att ta sig vidare på sin tillväxtresa.

Mål

- 1 Att låta ägarna sätta ord på deras personliga värderingar, målbild och framtidsplaner, samt skapa en vision för deras företag och ifall det finns flera delägare också finna och bli ense om målet med företaget.
- 2 Skapa en väl genomarbetad plan med milstolpar för att nå deras långsiktiga mål med företaget.
- 3 Planen är realistisk och beskriven i konkreta aktiviteter

Det viktiga är att i dialog med ägarna gå igenom varje viktig del av bolaget, hitta områden där man behöver förbättras och i slutändan göra prioriteringar och tidsätta insatser.

Innehåll

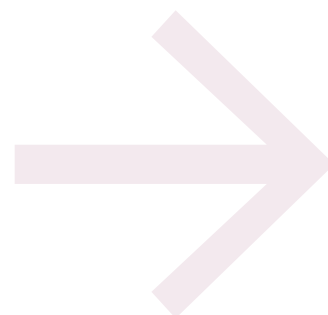
Företagsägarna ska under metodens gång fylla i en behovsanalys, som beskriver vad ägarna vill uppnå, varpå sedan sätta långsiktiga mål på olika utmaningsområden. Efter det kommer de att identifiera individuella aktiviteter för både kortare och längre sikt för det som behöver genomföras för att nå de långsiktiga målen.

Process

Detta upplägg kan antingen köras som bootcamp vid två tillfällen eller individuellt med affärsutvecklare.

Tillfälle 1

Fokus på affärsmodellförståelse och fastställande av vision, samt definiera långsiktiga mål. Tidsåtgång 3 timmar.



Tillfälle 2

Fortsättning med slutgiltig definition av långsiktiga mål och skapande av en handlingsplan för att nå satta mål. Tidsåtgång 3 timmar.

Schema & struktur – Workshop-tillfälle 1: Vision och värderingar, mål och förändring

10 minuter – Gemensam genomgång
Beskrivning av upplägg och förväntningar

20 MINUTER – Gemensamt
Almi presenterar sina erbjudanden kring utvecklingsdialog och Mål och vägval

30 MINUTER – Gemensam genomgång
Inspiration om affärsmodeller

10 MINUTERS – Dialog i grupp
Diskutera nya affärsmodeller

20 MINUTER – Enskilt arbete
Definiera vision – vad är målet för ägarna?

20 MINUTER – I grupp
Genomgång av behovsanalysen och inblick i individuella tillväxtområden.

30 MINUTER – Enskilt arbete
Fyll i behovsanalys

30 MINUTER – I grupp
Företagen får välja ut ett av sina mål och dela med dig av de förändringar som behövs för att nå dit.

10 MINUTER – Avslut i grupp
Genomgång inför nästa gång

Inför nästa tillfälle:

Reflektion

- Har du den tid och resurser som krävs för att nå dina mål?
- Vad behöver du outsourca? (Samarbeten)
- Har du satt några nya realistiska mål och milstolpar?

Workshoptillfälle 2: Aktiviteter och plan framåt

10 MINUTER – I grupp
Reflektion och lärande sedan sista gången

20 MINUTER – I grupp
Genomgång av SMARTA-Mål och innehåll av dagens upplägg

20 MINUTER – I smågrupper
Presentera för varandra sina mål och utmana för att hitta tillräckligt utmanande mål

40 MINUTER – Individuellt
Arbeta med tillväxtplanen för att bryta ner i konkreta aktiviteter

30 MINUTER – I grupp
Låt bolag presentera ett hårt satt mål eller annat man behöver hjälp med för att få tips i helgrupp.

30 MINUTER – Individuellt
Arbeta med handlingsplan och bryt ner och prioritera aktiviteter.

30 MINUTER i smågrupper 2–3 personer
Presentera er handlingsplan och reflektera över följande

- Har du den tid och resurser som krävs för att nå dina mål?
- Vad behöver du outsourca? (Samarbeten)
- Har du satt några nya realistiska mål och milstolpar?

Antal deltagare

- 1 För att få en dynamisk grupp är det bra med variation på branschtillhörigheter och med olika tillväxtfaser. Det får dock inte vara ett för stort gap mellan företagen. Fungerar för alla typer av SME-företag.
- 2 Det är viktigt att ge företagen utrymme att lära känna varandra och en möjlighet att introducera sig ordentligt.



Desto tajtare gruppen blir desto bättre kommer samtalen att vara.

③ Formatet kan genomföras individuellt, men ger ett bra utbytt upp till 10 deltagare.

Samverkan/Kompetens

Almi – Bjud gärna in Almi för att presentera deras erbjudanden.

Utvärdering och lärdomar

Gör utvärderingar utifrån alla områden som detta dokument beskriver.

Utskick av utvärdering för gruppinsatser, enligt Swedish Scaleups mall, ska göras efter genomfört prov. Senast två veckor efter avslutat program.

Roller/Ansvariga samordnare

Affärsutvecklare – Någon med erfarenhet inom affärsmodeller, exempelvis BMC.

Bra med flera affärsutvecklare som kan stötta upp deltagarna individuellt under arbetstillfällena.

Marknadsföring

Endast inbjudan genom affärsutvecklare och deltagande företag.

Inbjudan

Skapa en länk till anmälningssida, samt även en flyer och mailutskick som kan skickas ut till potentiella deltagare. Alternativt bjud in personligen.

Material

Leverantören ska tillhandahålla material för samtliga presentationer och digitala verktyg för att kunna få styrelsearbetet effektivt.

För ytterligare information gällande Behovsanalys och Tillväxtplan: swedishscaleups.se/kontakt