



Behovet

Är framtiden en välkommen överraskning? Eller har du planerat för den? Håller du i spakarna? Vet du vart ni är på väg? Vet de andra det, personalen? Vilka produkter/tjänster ni kommer att satsa på? Och vilka ni **inte** satsar på? Vilka kunder och marknader ni kommer att bearbeta resp. inte bearbeta? Kraftsamlar ni kring en **inspirerande framtidsbild**?

Eller är det andra krafter som styr? Er egen drivkraft¹⁾ är ett centralt begrepp som på ett dramatiskt sätt poängterar kärnverksamheten.

Konkreta resultat

- Ny samlad strategisk profil för **affärsframgång**
- Beslutade **nyckelåtgärder** för att nå de strategiska målen
- Beslutade **operativa mål** med fastställd ansvarsfördelning
- Logiska argument för optimal **resursfördelning**

Mjuka resultat

- Tydlighet
- Fokus på rätt saker
- Konsensus om framtiden
- Uppslutning kring företagets unika **drivkraft**¹⁾
- Engagemang kring en tydlig framtidsbild

För vem?

I processen engageras ledningsgruppen plus eventuella nyckelpersoner. Alla som sitter på strategisk information, till exempel storkundssäljare, ägare, informella ledare och styrelseordföranden.

Hur (går det till)?

Vi processar organisationens bästa vetande, exponerar "hela företaget" enligt vår beprövade struktur för att "lotsa" fram de avgörande besluten om organisationens framtid. Ledningsgruppen genomlyser hela organisationen under tre dagar och fastställer den **nya strategiska profilen**. En tavla som bör hänga ovanför varje skrivbord.



Hinder

- Operativa perspektiv präglar vardagen
- Verklighetens brandkårsutryckningar
- Uppfattningen att strategi är långsiktig
- Ni saknar en effektiv struktur för strategiprocessen
- Företagets framgång!

Tidigare kunder

Volvo Bussar, Ericson Radar, Stena Line, EKA Nobel, Skandinaviska Glassystem.

Ytterligare information

Detaljer och kommentarer hittar du på <http://www.konsultcompagniet.se/strategiska-beslut>

¹⁾ se hemsidan: konsultcompagniet.se/drivkraft