

LIFT-PROGRAMMET

- ett utvecklingsprogram för tillväxtledare och tillväxtföretag

Under de senaste tjugo åren har vi diskuterat tillväxtföretagens kännetecken, myter, förmåga att rädda samhället och vända arbetslösheten utan att hitta formler som kan användas som hävstänger för företag med en lägre tillväxttakt.

Tillväxt låter inte som ett svårt begrepp. Man växer helt enkelt, säljer mer, blir större, får fler anställda, fler kontor eller fabriker, mer pengar som används till att göra företaget större osv...

Men det är ett komplicerat begrepp. Det finns lika många tolkningar och förklaringar som det finns forskare, konsulter och snabbväxande företag.

Många undersökningar och kartläggningar har gjorts, man har nog studerat de flesta företag som betecknas som tillväxtföretag. Framförallt har frågor ställts till alla gaseller och supergaseller; Vad är hemligheten med din framgång? Vad gjorde du som var så bra? Hur skulle du vilja förklara det som kännetecknar snabbväxarna? Man har funnit vissa likheter.

Några saker som alla sagt;

- Tillväxtföretagens strategi är mer inriktad på flexibilitet och förändring.
- Snabbväxarna arbetar aktivt med att söka ny teknologi, nya kombinationer, nya sätt att leverera samtidigt som man letar efter slumrande behov.
- Snabbväxarna tänker stort från början, i tanken är de redan ute på den globala marknaden...

- Snabbväxarna lyckas ofta skapa sig ett tidsförsprång som av kunderna uppfattas som monopol...
- Snabbväxarna växer ofta av egen kraft och arbetar aktivt med finansiering och med stark likviditetskontroll. De är investeringsvilliga men snåla med små utgifter.
- Snabbväxarna har oftast en stark och tydlig vision, en ledstjärna som engagerar medarbetarna och ger styrning. De grundläggande värderingarna är starka och ger ett slags socialt staket. De ser sin personal som den viktigaste resursen – på allvar.

LIFT-programmet

Forskare har funnit ytterligare faktorer som är gemensamma för tillväxtföretagen. Det diskuterar vi under det program som heter LIFT-programmet. Programmet började ta form redan 1997 i ett samarbete mellan Almi Företagspartner, Internationella Högskolan i Jönköping, Ahrens och Partners och MBVV AB (MSC dåvarande namn) med stöd av åtskilliga miljoner från statskassan. Programmet har sedan uppdaterats kontinuerligt och drivs idag på ett par ställen i Sverige.

Tanken med programmet är att ta ett helhetsgrepp om ledarskap och affärsutveckling och på så sätt bidra till bättre tillväxtmöjligheter i deltagarnas företag. Vi genomför programmet i tre delar som löper jämsides – en seminarieriserie, arbete i mindre grupper, s.k. skuggstyrelser och enskilt arbete i det egna företaget mellan seminarietillfällena.

I seminarieriet serien deltar experter inom områden som tas upp, i skuggstyrelserna deltar andra tillväxtföretagare med stöd av handledare/coacher från oss och hemma kan man välja att arbeta ensam eller med andra i företaget. Under hela programmet fungerar vi som "Backoffice" med stöd och hjälp.

Hur ser LIFT – programmet ut?

Programmet pågår under ett år, med 8 seminarietillfällen x 2 dagar, utom första tillfället som är 3 dagar. Ämnen som arbetas igenom är; tillväxtens villkor, omvärld, strategiskt tänkande och strategisk planering, strategisk implementering och förändringsledning, organisationer och organisationsutveckling, ledarskap, ekonomi och finansiering/internationalisering/IT och avslutas med redovisning av den egna tillväxtplanen. Programmet bygger på upplevelsebaserad inläring, det sätt att lära som passar vuxna bäst.

1. Tillväxtens villkor

Vi startar med att diskutera villkor för tillväxt. En inbjuden framgångsrik tillväxtföretagare berättar och MSC gör en forskningsgenomgång. Vi använder också första tillfället till att etablera gruppen, presentera företagen för varandra och skapa skuggstyrelserna. Vi diskuterar mål och spelregler för gruppen. Därefter börjar vi arbeta med de egna företagen i skuggstyrelserna.

2. Omvärld

Efter cirka 1-1½ månad träffas vi för vår andra sejour. Syftet med avsnittet Omvärld är att öka deltagarnas förmåga att med hjälp av effektiva metoder och en tydlig strategi kring omvärldsbevakningen utveckla sin verksamhet och fatta rätt beslut i den snabba förändringstakt vi lever i. Det finns många omvärldsanalysmodeller med för- och nackdelar och lämpade för olika

situationer. Gemensamt är att den information man sammanställt ska ligga till grund för en handling, t.ex. strategisk planering på lite längre sikt eller operativ planering på kort sikt. Vi avslutar dagarna med att lägga upp en plan för hur arbetet med omvärld ska ske i företagen.

3. Strategiskt tänkande och strategisk planering

Syftet med avsnittet är att du som deltagare ska komma igång med din egen strategiska planering. Tillväxtföretag styrs med tydliga visioner och målbilder och vi ska diskutera hur man bygger dessa visioner och målbilder och hur man förankrar dem hos alla i företaget. Vi kommer att arbeta med en planeringsmodell som heter Jamiesons Triangel som är logisk och lätthanterlig och går att använda både för strategisk planering och verksamhetsplanering. Stegen i Jamieson liknar andra strategiska planeringsmodeller men saknar en del sofistikerade vändningar vilket gör den lämpad även för mindre företag.

4. Strategisk implementering och förändringsledning

Avsnittet behandlar förutsättningar för att lyckas med förändring och implementering genom att arbeta parallellt med de två dimensionerna av en förändring:

- Teknik, organisation, styrsystem, strukturer
- Medarbetarnas förmåga att anpassa sig till nya uppgifter, utveckla ny kompetens, nya värderingar och nya förhållningssätt till varandra, sig själva och uppgiften.

Vad krävs det för att föra alla i organisationen åt samma håll? Hur ta hand om alla reaktioner som kommer när omgivningen förändras? Vilka steg ska man ta och i vilken ordning?

5. Organisationsutveckling

Organisationer är komplexa system som fungerar på många olika nivåer. De består både av synliga, handfasta strukturer (t.ex. formella hierarkier och arbetsbeskrivningar) och mer svårbegripliga, outtalade och osynliga system (t ex värderingar, kultur och identitet). Alla dessa nivåer samverkar och bestämmer hur effektiv en organisation är. Vi kommer gemensamt studera organisationer ur olika perspektiv för att förstå vad som händer när organisationen börjar växa.

6. Ledarskap, gruppen och individen

Syftet med avsnittet är att ge deltagarna möjlighet att utveckla sin syn på de speciella förutsättningar som gäller för ledare i tillväxtföretag. Vi kommer också att gå igenom hur effektivt arbete bedrivs i ledningsgrupper, styrelser och andra arbetslag.

Du kommer att få:

- Ökad insikt om dina drivkrafter, styrkor och utvecklingsområden.
- Tid för reflektion och feedback kring din person och din ledarroll.
- Kompetens att coacha och stärka dig själv och dina medarbetare.
- Ökad förståelse för effektivt arbete i grupper och hur man utvecklar välfungerande team

7. Ekonomi och finansiering/ internationalisering/marknad och försäljning

Dessa tre ämnen tas upp under mötet. Enligt vår erfarenhet kommer deltagarna befinna sig på olika nivåer och ha olika behov inom dessa tre områden. Vi kommer därför behandla områdena mer ytligt utifrån ett tillväxtföretags generella behov. Därefter ges möjlighet att fortsätta disku-

tera det område som är mest intressant för var och en i mindre grupper.

8. Den egna planen + implementering av den

Arbetet med den egna planen har varit en röd tråd genom hela programmet. Delvis på egen hand och delvis med hjälp av skuggstyrelsekompisarna ska varje företag nu ha en färdig plan för de närmaste tre åren samt en implementeringsplan. Programmet avslutas med att deltagarna förevisar sin plan på valfritt sätt. Efter detta utbryter festligheter, liftnålen och diplom utdelas och en välförtjänt middag aväts.

Verkar det här intressant? Kontakta oss då gärna så berättar vi mer och ger dig referenser till någon av dem som redan gått programmet – det finns garanterat någon inte **alltför** långt ifrån dig.