

Uden øget salg giver øget produktivitet ingen mening

Kan vi vinde en kamp med godt forsvar? Nej, siger Professor Thomas Ritter – vi skal have et godt angreb. Salgsarbejdet er virksomhedens "angreb".

Af Christian Sandø
csq@di.dk

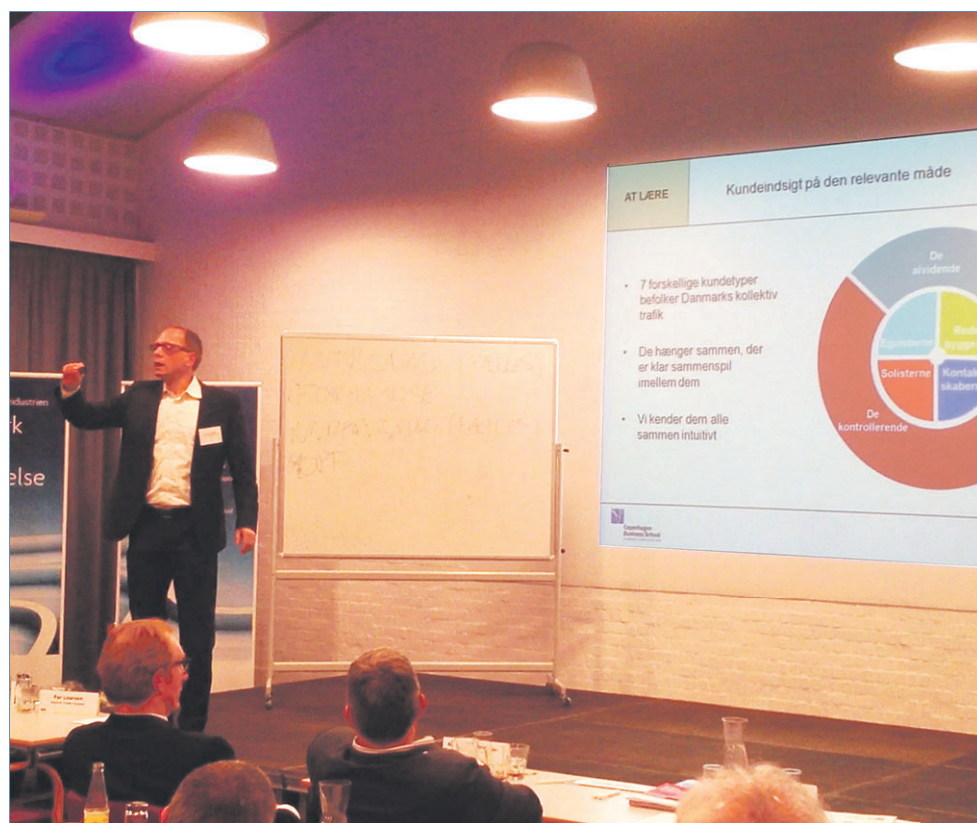
Der eksisterer tre typer produktivitet – indkøb, produktion og salg. Men vi mangler det nødvendige fokus på salg, når vi snakker produktivitet, argumenterer Thomas Ritter, professor på insti-

tut for afsætningsøkonomi på CBS.

Thomas Ritter slog i sit indlæg til lyd for, at det er kunden, som bestemmer hvad der er værdiskabende. Det kræver kundeindsigt og evne til at træffe beslutninger.

"Nogle virksomheder bru-

ger mange ressourcer på at skabe relationer, men får aldrig skabt kontrakter, mens andre sælger på livet løs, men brænder alle broerne bag sig. Det handler om at finde de mennesker i organisationen, der kan skabe relationer, og dem som kan sælge," sagde Thomas Ritter, og



Ivrigt tegnende og fortællende Thomas Ritter gav deltagerne en underholdende afslutnings-salut på Ledelsesseminaret 2013.

betonede, at der særligt er potentiale inden for mersalg hos allerede eksisterende kunder.

Men også i salgsprocessen

er der overvejelser om produktivitet, fremhæver Thomas Ritter, og stiller spørgsmålet: Er den afsluttede kontrakt god for virk-

somheden, hvor mange kræfter har det kostet, og til hvilken pris er den blevet afsluttet?

Linak har fabriksgulvet i fokus

Aktuatorproducenten fra Als har formået at styrke indtjeningen, samtidig med, at lønomkostningerne er faldet. Procedurer, der sikrer tæt kontakt til fabriksgulvet og målrettet ledelse er blandt midlerne.

Af Christian Sandø
csq@di.dk

Det er helt centralt for Linak A/S at arbejde med omkostningerne – fordi det skinner klart igennem på virksomhedens konkurrenceevne.

Virksomheden har vist mærkbare resultater i at nedbringe omkostningerne gennem flere år ved at have en række ledelsesmæssige principper og konstant fokus på forbedringer i driften. Det er sket gennem bomstærke procedurer og stærk vedholdenhed.

"Produktivitet skabes ikke

af enkeltpersoner – det skabes af os alle. At vi alle skaber initiativer og brænder for det i hverdagen. I stedet for at sige, at vi sælger aktuatorer, siger vi at sælger forbedringer i arbejdsmiljøet i hele verden," fastslår Egon Borgkvist.

En tæt kontakt til fabriksgulvet er ligeledes en vigtig prioritet for Linak, så ledelsen dermed klart ved, hvad der foregår der, hvor værdien skabes, nemlig i produktionen.

På den anden side er virksomhedens ansatte slet ikke er i tvivl om, hvad der for-

ventes af dem, og hvilke mål virksomheden har sat for sin drift. Her bruger virksomheden særligt visuelle tavler, der synliggør mål og midler.

"Hvis ikke vi arbejder på at tilføre mere værdi til vores kunder, så vinder kineserne markedet for os. Så derfor er vi nødt til at investere i produktudvikling," slår Egon Borgkvist fast.

På sporet af konstante forbedringer i omkostningsniveauet

I ny strategiplan ønsker Danish Crown lønomkostningerne reduceret med 20%, for stadig at holde nogle slagterier i Danmark. Midlerne er løntilbageholdenhed og konstante produktivitetsforbedringer.

Af Christian Sandø
csq@di.dk

I 1998 blev der slagtet 14 grise per mand i timen. I dag er tallet 34 grise, ved hjælp af robotautomatisering og optimering af processerne. Den udvikling fortsætter hos Danish Crown, der er præget af hård international konkurrence.

Samtidig har virksomheden investeret i et state-of-the-art produktionsanlæg i Danmark. For selvom der ikke er de samme grader af investeringer i danske slagterier, er der stadig mulighe-

der for slagterier i Danmark.

"Det er vigtigt at tro på, at det kan lade sig gøre, at investere 2 mia. i slagterier i Danmark," siger Per Laurssen, Fabriksdirektør i Danish Crown. For der er stadig fordele ved at holde slagterier åbne i Danmark. Danske forbrugere sætter dansk produceret kød højt, og fødevarer sikkerheden er væsentlig højere i Danmark.

Men det kræver også mærkbare omstillinger både blandt medarbejderne og også de konstante forbedringer, som slagterierne skal gennemføre, så omkostnin-

gerne konstant skal falde hvert år. Og udviklingen går den rigtige vej, kunne Per Laursen berette.

Grundlæggende åbner virksomheden fabrikker der, hvor kunderne er. Omsætningshastigheden på lageret er 48 timer, så det er vigtigt at produkterne når ud til kunderne allerede inden for 1 til 2 døgn.



Metal- og Maskinindustrien

DI

Hannemanns Allé 25, 1787 Kbh. V.

Tlf. 3377 3355, Fax. 3377 3380

www.mm.di.dk



Ole Storm Jeppesen
Branchedirektør
3377 3382
osj@di.dk



Christian Eskelund-Hansen
Chefkonsulent
3377 3014
ceh@di.dk



Peter Lykke Fich
Chefkonsulent
3377 3739
plf@di.dk



Mark Fisker
Konsulent
3377 3391
mafi@di.dk



Annette Flies
Kommunikations-
medarbejder
3377 3331
anf@di.dk



Jakob Gudum
Konsulent for
akkvisition
3377 3448
jagu@di.dk



Jim Hansen
Aluminium
Danmark
3377 3368
jimh@di.dk



Dorte Ibsen
Konsulent
3377 3339
doi@di.dk



Peer S. Jørgensen
Konsulent
3377 3351
pjjg@di.dk



Henrik Legarth
Konsulent,
advokat (H)
3377 3399
hlh@di.dk



Mette Nellemose
Sekretær
3377 3381
mene@di.dk



Christian Sandø
Konsulent
3377 3724
csq@di.dk



Kåre Sørensen
Konsulent
3377 3353
kaas@di.dk



Charlotte Vilsholm
Konsulent
3377 3487
chav@di.dk