

Vækst med simple redskaber

■ 10. oktober var der PrimeTime i Udviklingspark Øresund, hvor direktør Mads Váczy Kragh fra Væksthus Sjælland talte om vækst gennem strategisk planlægning.

Selvom man har gåpåmod og visioner, er der rigtig meget at lære, hvis man vil overkomme dårlige virksomhedsvaner, og med målet i sigte skabe vækst. Det lærte den lille skare der, på trods af at efterårsferien fristede, havde fundet vej til Udviklingsparken. Og hvilket bedre sted at tale om visioner, vækst og udvikling end et hus med over 70 forskellige virksomheder med hver deres vækstpotentiale?

Målet i sigte

Kragh lagde ud med at spørge forsamlingen hvor mange kampe man skal spille, hvis man skal spille en tennisturnering med 101 spillere?

Efter snakken frem og tilbage måtte Kragh selv levere det enkle svar: »100 kampe«.

- Man skal fokusere på det man er bedst til, og hvor man har størst indtjening. Det kræver meget ofte ændringer – nogle gange meget drastiske ændringer. Det betyder også at man skal have en god portion mod, for at få realiseret sine visioner og skabt vækst, sagde direktør Mads Váczy Kragh

Derved slog han tyk streg under to essentielle pointer. For det første at det handler om at tage en kamp ad gange, med pokalen for øje, og for det andet, at det ofte er den enkle løsning, der er den rigtige.

Pokalen for øje

Kragh forklarede at en vision gerne må være langsigtet og gerne umiddelbart urealiserbar, så længe man har noget at stille efter, som i det lange løb kan realiseres et skridt ad gangen. Dernæst forklarede han, at man skal tage den enkle løsning. Dvs. at man skal fokusere på det man er bedst til, og hvor man har størst indtjening. Det kræver meget ofte ændringer – nogle gange meget drastiske ændringer. Det be-



tyder også at man skal have en god portion mod, for at få realiseret sine visioner og skabt vækst.

Langsomt fik Kragh sporet tilhørerne ind på den rette tankegang og fremhævede at når man først har en realistisk, om end ambitiøs vision for sin virksomhed, er det vigtigste at få den sagt højt, evt. skrevet ned. Vigtigst af alt, få visionen kommuni-

ret både internt og eksternt i virksomheden. Internt for at være sikker på at alle styrer efter det samme mål og eksternt for at forberede sit netværk, og derigennem styrke sine muligheder for, via netværket, at få gennemført sin vision. Kragh pointerede at hvis man hele tiden har målet i sin bevidsthed så vil man opdage at meget af arbejdet bliver løst sig selv. Alfa

omega er dog en handlingsplan, for uden handlinger ingen forandring.

At få sagt det højt

Mads Váczy Kragh, der er uddannet Cand.polit., og som har arbejdet i mange år som strategisk konsulent fik klart og tydeligt kommunikeret ud hvor simpelt det egentlig kan være at skabe vækst, hvis man har disse relativt enkle redskaber for øje. Redskaber som nok er logiske, men som det alligevel var nyttigt at få formuleret højt. Kragh fik uden tvivl rusket op i tilhørerne og gav dem fornyet inspiration med hjem.

To virksomheder meldte sig på stedet til gratis vækstforløb hos Væksthus Sjælland og København Syd Erhvervscenter.

26. februar

Første gangs PrimeTime var en lærerig oplevelse, som bød på ivrige diskussioner om visioner og vækst. Hvis man vil deltage i diskussionen så er der PrimeTime igen 26. februar. Samme tid og sted. Denne gang med Steen Lange og Preben Majdahl fra PricewaterhouseCoopers, der har taget deres bestyrelsesformand med.

De vil fortælle om mulighederne for vækst gennem bestyrelsesarbejde. Interesseret? Skriv til Lida@udviklingspark.org.