

## Är du svag eller stark?

Att titta sig i spegeln ibland kan bli en tudelad och avslöjande upplevelse. Är du ute efter att se dina svagheter eller styrkor? Det är naturligtvis en fråga om vilket perspektiv man har just då, eller är det ibland rent av skönt att låta bli?

Föregående mening gäller inte dig som person utan syftar till att stundtals stanna upp och närmare begrunda ditt företagande. Vardagen tar förvisso sitt och kräver mycket energi och engagemang men ofta räcker inte det om du ska lyckas. Räds inte att använda spegeln som verktyg, dock inte nödvändigtvis varje morgon.

## Navelskåderi

Du som företagare har ett stort ansvar att sköta om ditt bolags tillstånd och framtida utveckling, i likhet med egen hälsa. En regelbunden hälsokontroll av företaget är därför nödvändig och ger återkoppling om vad som behöver göras. Ofta är man för upptagen att göra en sådan analys och fokuserar för det mesta på positiva saker som ökad försäljning, bättre vinst eller nya affärer. Det är bra att tänka så, men spegeln brukar visa andra delar som du borde ta itu med. Tänk i banor omkring orsak och verkan.

Har du en helhetsbild av företagets svagheter och styrkor kommer den att bli en nyttig plattform för att lyckas leda. Om bilden visar att du behöver anställa en medarbetare eller säga upp någon så ska du i göra det, självklart efter noggrant övervägande. Samtidigt är det en omvärld som förändras vilket innebär att svagheter och styrkor i dag inte behöver vara samma imorgon. Du gynnas av att ha koll på denna levande process och hur den inverkar på ditt företag.

## Vad gör jag nu då?

Några praktiska och enkla råd för att hjälpa dig komma igång:

- dela upp ditt bolag i flera funktioner, kan vara ekonomi, försäljning och produktion
- definiera kort vad varje kategori betyder, t.ex. med produktion menas *"har vi tillräckligt med produktionskapacitet i bolaget?"*
- tillsammans med dina medarbetare så värderar ni varje kategori på en skala från 1 (svag) till 10 (mycket stark)
- analysera siffrorna
- när den svagaste kategorin är identifierad så börjar ni med den

Är det försäljningen som är på jumboplats så diskuteras orsaken till de låga siffrorna. Rekommendationen är att samsas kring några riskfaktorer eller ämnen, svagt produktutbud, för få säljare, ingen marknadsföring på sociala medier, eller för höga priser. Denna aktivitet och dess resultat ska sedan sammanfattas, dokumenteras och vara tillgänglig för relevanta personer i bolaget.

Det är inte ovanligt att man känner till svagheter men av olika anledningar inte gör något åt dem. Vi brukar i dessa sammanhang rekommendera att du tar fram en realistisk plan. Det gäller för dig att vara medveten om bilden och prioritera resurserna i ditt bolag. Det finns hjälp att få.

[daniel.nakell@vdstodet.se](mailto:daniel.nakell@vdstodet.se)