

STRATEGI I FOOD DIAGNOSTICS A/S ANERKENDES AF INTERNATIONAL MEDEJER, R-BIOPHARM AG

I 2017 udarbejdede Food Diagnostics A/S en strategi (håndbåret), som havde et mål om at fordoble omsætningen inden 3 år. Målet lykkedes i 2020 med en omsætning på DKK 40 mio og Gazelle 3 år i træk. Men hvordan tager du tråden op fra sådan en succes? Og hvordan sikrer du både en fortsat vækst og en god work-life balance? Læs her hvordan adm. direktør Tonny Nielsen, Food Diagnostics A/S, med digital understøttelse af strategiudarbejdelsen, har løst opgaven...og mere til.



STØRRE VÆKST” POTENTIALE END FORVENTET

Tonny Nielsen, Adm. direktør,
Food Diagnostics A/S



Hos Food Diagnostics A/S har vi haft vækst hvert år siden starten i 2003.

Vi bruger MakeMyStrategy™ som strategiværktøj faciliteret af René Husum, der er certificeret i værktøjet. Ved at følge

den røde tråd i værktøjet ”tvinges” du til at tage og vurdere strategi-valg.

Vi har en travl hverdag og valgte derfor at dele strategiarbejdet op i 4x4 timers seancer over 3 uger.

Vores strategiske analyse viste at der er vækstmuligheder i alle 4 forretningsområder, og vi opdagede et større vækstpotentiel end forventet og kan derfor nu endnu engang forvente en fordobling af omsætningen.

Vores udbytte er også at vi har opstillet scenarier for fremtiden og diskuteret potentiale, kompetence niveauer og personalebehov.

En fordel ved den digitale strategi version fremfor de andre strategi dokumenter vi har lavet tidligere er, at det er nemt at være agile, når interne eller eksterne forhold ændrer sig.

Vi arbejder med performance management med tydelige succeskriterier, men for os er det væsentligt at vækstambitioner går hånd i hånd med work-life balance. Derfor har vi vha. MakeMyStrategy™ lavet opnåelige Must Win battles og en prioriteret handlingsplan som involverer alle i Food Diagnostics A/S og som kobler medarbejdernes livssituation, ambitioner og styrker med Food Diagnostics A/S vækst potentiale.

"DER SKER NOGET MAGISK NÅR KIKKERTEN TAGES FREM"

Sådan omtaler Adm. direktør Tonny Nielsen resultatet af at anvende MakeMyStrategy™

[LINK TIL ARTIKEL](#)

ERHVERV • ØSTJYLLAND
TORSDAG 27. MAJ 2021

10 LANDBRUG & FØDEVARER



En del af de ansatte hos Food Diagnostics A/S mikrobiologer. Food Diagnostics A/S forhandler produkter til hygiejnekontrol og produktkontrol inden for mikrobiologi og biokemi. PR-foto

FAKTA

FOOD DIAGNOSTICS A/S

Food Diagnostics A/S forhandler produkter til hygiejnekontrol og produktkontrol inden for mikrobiologi og biokemi.

Kerneforretningen er at tilbyde validerede hurtigmetoder og simple brugervenlige løsninger til fødevarer/vand/pharma industriens behov for analytiske metoder.

Kunderne spænder fra pharma- og forskningsvirksomheder, laboratorier, landbrug, danske vandværker, rengøringsvirksomheder til offentlige indsættelser som den offentlige kontrol af levnedsmidler samt kommuner.

17 ansatte i Grenaa, 5 i Sverige og 1 til at dække Island/Grønland/Færøerne.

Bruttofortjeneste 2020: 9,5 mio. kr.

Nettoresultat 2020: 2,3 mio. kr.

Sammen kan de skabe noget magisk

Nøglen til succes og vækst hos Food Diagnostics A/S i Grenaa har været at blive dygtig til at lægge en langsigtet strategi. Nu satser virksomheden på at fordoble omsætningen fra 40 til 80 mio. kr. i løbet af fem år.

Jørgen Høg

Kan man fordoble sin omsætning fra 20 til 40 mio. kr. på tre år? Kan man anvende ordet passion som et strategisk værdibegreb? Ja, det kan man hos Food Diagnostics A/S i Grenaa.

Tonny Nielsen har gennem mange år gjort meget ud af, at hans virksomhed ikke bare var en anonym størrelse, der flyttede varer fra lager til kunde.

Firmaet, der forhandler produkter til hygiejnekontrol og produktkontrol inden for mikrobiologi og biokemi, blev grundlagt som en vidensvirksomhed med mange akademikere, som nok var dygtige, men de ville helst ikke ud på landevejen og besøge kunderne.

I 2012 lagde man så en ny strategi med langt mere fokus på salgfolk, der faktisk trivedes med at være ude ved kunderne.

Professionel bestyrelse
Processen faldt sammen med, at Food Diagnostics etablerede en professionel bestyrelse.

- Den provokerede mig og sagde, at mine ambitioner var alt for lave. Vi var nødt til at være mere ambitiøse. Vores potentiale var meget større, end jeg havde forestillet mig. Da bestyrelsen sagde, at vi skulle fordoble omsætningen i løbet af tre år, var jeg ved at gå fuldstændig bagover. Men da jeg havde regnet på det, drejede det sig egentlig blot om 20 procent vækst om året. Det havde vi oven i købet gjort før. Så vi gik fra 20 til 40 mio. på 2016 til 2019, fortæller Tonny Nielsen, administrerende direktør og grundlægger.

I samme periode udfordrede man et CMS Company Mission Statement, hvor Tonny Nielsen lagde stor vægt på at få indført begrebet passion.

- For mig betyder passion, at vi nørder, og vi elsker det, vi gør, og det smitter af på kunderne. Vi er ikke bare nogen, der flytter varer, men virkelig nogen, der kan være i dialog og indgå partnerskab med kunderne. Vi går den ekstra mil, fordi vi brænder for det, siger Tonny Nielsen.

Nu er der gået et lidt roligt år, og med en ny femårsstrategi på hånden siger Tonny Nielsen på at nå 80 mio. kr. i omsætning i løbet af de næste fem år.

Resultatorienteret

- Det er realistisk, ikke mindst fordi vi har etableret en ledergruppe med en salgssjef, der hele tiden måler på f.eks. vores besøg hos kunder og udbyttet af besøgene. Vi er i det hele taget blevet utroligt resultatorienterede, og vi har stort fokus på kvalitetsstyring. Vi skal kunne levere i høj kvalitet med få fejl på trods af den voldsomme vækst, siger Tonny Nielsen.

F.eks. har de konstateret under fem fejl i forsendelsen af over 10.000 pakker.

- Det er vigtigt at minimere fejl, især når vi ved, at vores konkurrenter ikke gør det, siger Tonny Nielsen.

Motivation

Som leder gør han også en dyd ud af motivere sit personale.

- Vi har 36 timers arbejdsuge. Vi skal kunne nå de ting,

der skal kunne nås inden for normal arbejdstid. Jeg kan godt finde på at bede folk om at gå hjem, hvis de stadig sidder her kvart over fire. Det er vigtigt, at man er fuldt opladet, når man møder ind igen, siger Tonny Nielsen.

På det mere strukturerede niveau anvender Food Diagnostics A/S et værktøj fra specialisterne i Make My Strategy.

Den røde tråd i værktøjet tvinger virksomheden til at tage og vurdere strategivalg.

- Vores udbytte er også, at vi har opstillet scenarier for fremtiden og diskuteret potentiale, kompetenceniveauer og personalebehov. En fordel ved den digitale strategiversion fremfor de andre strategidokumenter, vi har lavet tidligere, er, at det er nemt at være agile, når interne eller eksterne forhold ændrer sig. Vi arbejder med performance management med tydelige succeskriterier, men for os er det væsentligt, at vækstambitioner går hånd i hånd med work-life balance, understreger Tonny Nielsen.

- Vi vil gerne motivere vo-



- Vi arbejder med tydelige succeskriterier, men for os er det væsentligt, at vækstambitioner går hånd i hånd med work-life balance, siger adm. direktør Tonny Nielsen. PR-foto

res medarbejdere og skabe en arbejdsplads, hvor man trives i et godt miljø. Det er en forudsætning i en virksomhed, som er så vækstkobuleret, som vi er blevet. Vi arbejder med en prioriteret handlingsplan, som involverer alle i Food Diagnostics A/S og som kobler medarbejdernes livssituation, ambitioner og styrker med vores vækstpotentiale. Vi er blevet langt mere fokuserede. Der sker noget magisk, når man tager kikkerten frem, siger direktøren.

Større lokaler

Væksten betyder også flere

medarbejdere, og om fem år er man mindst fem ansatte oven i de 17, der er ansat i dag. Det betyder behov for udvidede lokaler, enten ved at bygge ud, der hvor de er i dag, eller ved at flytte.

Væksten skal bl.a. komme ved at have fokus på kvalitetsstyring og ved også at kigge i retning af restaurationsbranchen.

- Den kommer til at fokusere meget mere på rengøring her oven på corona-krisen. Det er gået op for mig, at de markeder, jeg troede var udsatte, det er de slet ikke. Markedet åbner sig mere og mere for vores produkter.

”VERY IMPRESSIVE PAPER

CHRISTIAN DREHER, R-BIOPHARM AG,
UDENLANDSK MEDEJER AF FOOD DIAGNOSTICS A/S



Info om virksomheden

Food Diagnostics A/S har 3 kerneområder: hygiejne, mikrobiologi og Biokemi. Et fjerde område er opstået gennem de seneste 2 år og skiller sig markant ud både ift. vækst, men også ift. at det er et område som understøttes perfekt af Verdensmålene. Det nye område er ECA. Som er rengøring og desinfektion i samme arbejdsgang. Produktet er miljøvenligt og kemifrit. Food Diagnostics A/S har investeret massivt i godkendelser hos SSI, Fødevarestyrelsen. Resultaterne er unikke. Norddjurs Kommune samt en lang række virksomheder har blandt andet indført løsningerne.

Food Diagnostics A/S forhandler et udbud af innovative produkter til hygiejnekontrol og produktkontrol indenfor mikrobiologi og biokemi. Deres speciale er hurtigmetoder og gennem et nært samarbejde med internationale virksomheder og forskningsmiljøer, holder Food Diagnostics A/S sig hele tiden på forkant med den nyeste teknologi indenfor området.

Kerneforretningen er: "At tilbyde validerede hurtigmetoder (alternative metoder) og simple brugervenlige løsninger til fødevarer/vand/pharma industriens behov for analytiske metoder". Ud over at være forhandlere samarbejder Food Diagnostics A/S med kunden om at analysere deres behov, rådgive om implementering af løsninger og tilbyde en akkreditering der sikrer kunden væsentlige fordele gennem en sikrere, hurtigere og mindre arbejdskrævende metode til frigivelse af produkter.

Grundet den måde de arbejder med deres kunder, går til markedet med de produkter de forhandler og det tætte samarbejde de har med deres leverandører foruden deres mange års erfaring, gør at de i lige så høj grad anser dem selv som distributør som en videns virksomhed. Deraf også deres motto: "Hos Food Diagnostics A/S sælger vi ikke bare æsker, vi sælger knowhow".

Kunderne spænder fra pharma- og forskningsvirksomheder, laboratorier, landbrug, de danske vandværker, rengøringsvirksomheder til offentlige indsatser som den offentlige kontrol af levnedsmidler samt kommuner.

Læs mere her: www.fooddiagnostics.dk



FOOD DIAGNOSTICS A/S er aktivt til stede i Danmark, Grønland, Finland, Sverige, på Færøerne og Island med eget personale og kontorer.

16 ansatte i Grenå. Professionel rådgivning af høj kvalitet sættes i højsædet og derfor har alle specialister en akademisk uddannelse og en levnedsmiddelfaglig baggrund

FOOD DIAGNOSTICS A/S er godkendt som rådgiver af Fødevarestyrelsen, har 2 egne laboratorier og er blevet Gazelle 3 år i træk.

”STRATEGI SKABER VÆKST

RENÉ HUSUM, CERTIFICERET I MAKEMYSTRATEGY™

STRATEGI OG ” TOP PERFORMANCE I EN AGIL VERDEN

René Husum, konsulent, Changemovers og certificeret i MakeMyStrategy™. Med en mangeårig strategi og implementerings erfaring (20+ år) og solide uddannelser (2 MBA'er i strategi og psykologi) ved jeg at en skarp strategi er afgørende for succes.



I mange virksomheder er strategi noget der snakkes om, men intet konkret sker på trods af at virksomheder der har en strategi har størst vækst.

Med MakeMyStrategy™ kan strategiprocessen deles op så alle kan få det gjort. Strategiprocesserne er digitaliseret med MakeMyStrategy™. Der er taget højde for at verden er agil og at strategier ændres.

At alt ligger "i skyen" gør alting markant lettere, både for mig som ekstern rådgiver og for virksomheden, da flere personer kan forberede, redigere og tilføje. Med MakeMyStrategy™ som digitalt fundament er der mulighed for at få det bedste ud af virksomhedens viden og min strategi- og implementeringserfaring.

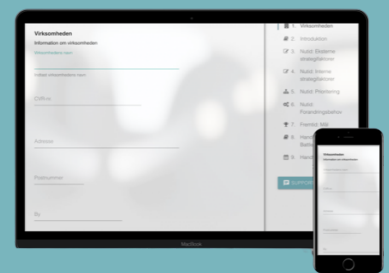
OM MAKEMYSTRATEGY™

MakeMyStrategy™ er et kombineret kaas- og saas-værktøj (1), som bygger på anerkendte strategiske teorier, principperne fra bogen "Strategi i vindervirksomheder"(2) samt best practice fra +20 års praktisk erfaring.

- Værktøjet fungerer som digital projektleder/dokumentarist
- Alle teorier, materialer, input struktureres automatisk
- Alt bliver omsat til konkrete og prioriterede aktiviteter fordelt i temaer
- Dokumentation sker adhoc og med fuld sporbarhed
- Relevante personer kan involveres som ønsket
- Rettelser og justering kan ske straks uden at starte forfra
- Alt samles og styres fra eet sted

(1) kaas står for knowledge as a service og saas står for software as a service

(2) Forfatter Jørgen Lægaard og Mikael Vest. Bogen anvendes i undervisningssammenhænge og bygger på erfaringer fra omkring 600 strategiprocesser.



BOOK EN DEMO

Ønsker du en DEMO?
Skriv til
info@makemystrategy.com

Nysgerrig?
Læs mere på
www.makemystrategy.com