

Mere end 550 SMV'er er blevet løftet gennem projektet Digital Ledelseskultur

Konference satte et stort flueben ved de opnåede resultater

Før eller siden vil virksomheder opleve, hvor afgørende digitale kompetencer er for at kunne fastholde deres konkurrenceevne på markedet. Det er dog vigtigt at understrege, at man ikke "bare" kan købe sig til en digital transformation, det kræver først og fremmest udviklingsambitioner og forandringsledelse i virksomheden.

Godt 550 små og mellemstore virksomheder har deltaget i projektet 'Digital Ledelseskultur' for at styrke deres viden om og kompetencer inden for digitale muligheder.

Og det er værdifuldt, mener adm. dir. i Dansk Erhverv, Brian Mikkelsen, der deltog i den konference, som projektet Digital Ledelseskultur afviklede som en del af forløbet SMV Digital. På konferencen i Børsens smukke lokaler i april var resultater, erfaringer, værktøjer og de gode eksempler i fokus.

Brian Mikkelsen gav her udtryk for, at det tværgående samarbejde, som Digital Ledelseskultur har bestået af, er en gave til mindre virksomheder og udtrykte håbet om, at disse erfaringer lever videre i virksomheder og på uddannelsesinstitutionerne.

- I dag putter man digitalisering i alt, hvad man laver - og data, det er guld, påpegede han. Vi har brug for digitale samarbejder og projekter for at sætte skub i udviklingen hos de danske smv'er. Derfor er indsatser som SMV Digital, herunder Digital Ledelseskultur så vigtige.

Forløb over 4 år

Digital Ledelseskultur startede i 2018 og løber indtil november 2022. Det står på skuldrene af EU's socialfondsmidler til en værdi af 48 mio. Ambitionen var over de år at udvikle digitale kompetencer hos 420 danske mikro, små og mellemstore virksomheder. Ledere og nøglemedarbejdere har deltaget i et skræddersyet kompetenceforløb, en vekselvirkning mellem teoretiske emner, kompetencenetværk, sparring med videnpersoner samt konkret arbejde med egen udvikling i virksomhedens hverdag. Virksomhederne med tilhørende digitale ildsjæle og nøglemedarbejdere har fået indsigt i nødvendigheden af at besidde digitale kompetencer og bruge digitale værktøjer til at effektivisere interne arbejdsgange, øge omsætningen og indtræde i nye markeder og kundegrupper.

Flere kompetencer – mere kraft

På konferencen præsenterede Heidi Svane, Head of Digital ved Lifestyle & Design Cluster på vegne af hele konsortiet bag projektet, hvordan projektet har styrket virksomhederne og øget deres konkurrencekraft gennem et styrket digitalt kompetencesæt.

Virksomhedernes styrkede kompetenceniveau har, blandt mange andre ting, vist sig udslagsgivende inden for værktøjer som den digitale kunderejse, brug af data, sociale medier samt afsætnings-kanaler og forandringsledelse.

Fra kundekontakt til Click & Collect

Head of Customer Insights hos Matas, Stefan Kirkedal kickstartede konferencen ved at dykke ned i, hvordan digitale kompetencer har været afgørende for at hjælpe Matas til, hvor de er i dag. En rejse, der har udviklet Matas fra før at være en specialist, når kunden var i butikken, til i dag at være en servicevirksomhed, hvor man stadig er med kunden – bare på flere forskellige platforme – udover den fysiske butik.

For Matas har rejsen i høj grad handlet om ledelse og kultur.

- Det starter hos ledelsen og bestyrelsen, som udstikker den strategiske retning. Dernæst omsættes det til konkrete initiativer, som skaber den konkrete forretnings-impact såsom digital booking, online rådgivning, click and collect og live shopping. Det gælder om at få de strategiske tanker gjort til konkrete tiltag, der rammer kunderne, sagde han blandt andet.

- Vi er lykkedes med at skabe et tryghedsbaseret og tillidsfuldt forhold til online-kunden. Selv om der har været fokuseret på det online univers, har man aldrig glemt, at man først skal have et godt fysisk forhold til kunden og renommé generelt for at opnå et godt digitalt forhold til kunden, sagde han.

Han understregede desuden, at kulturen i virksomheden spiller en afgørende rolle i den sammenhæng.

- Digital Ledelseskultur er for os, når ledelsen udstikker retningen og giver frie rammer til, at udviklerne får lov til at eksekvere i en høj hastighed, var bare én af hans gennemtrængende pointer.

Digitale kompetencer kan fremtidssikre virksomhederne

I forlængelse af oplægget diskuterede et panel emnet "Hvordan kan digitale kompetencer fremtidssikre din virksomhed?"

Panelet bestod af deltagende virksomheder fra projektet; Gitte Holmboe, co-founder ved Bøgedal Brew, Karin Buhl Slæggerup, direktør ved Fregatten Jylland og Søren Andreassen, CEO ved Greenway-Denmark. De satte ord på, hvilken rejse de har været på, og hvilke kompetencer de har opnået.

Debatten blev faciliteret af Citychef i CityVejle, Andreas Kiis Antonsen, der slog fast, at hele byen har fået et digitalt løft gennem projektet og er trådt et skridt nærmere at fremtidssikre deres relevans og digitale nærvær hos deres kunder.

Essensen af debatten var, at det er absolut nødvendigt, at ledelsen i smv'er indstiller sig på at tage hele virksomheden med på denne omstillings- og forandringsrejse. Hvis ikke ledelsen går forrest og træffer de nødvendige beslutninger, lykkes processen ikke, og gør den ikke det, så lykkes virksomheden ikke.

Karin Buhl Slæggerup, direktør ved Fregatten Jylland satte ord på vigtigheden af, at ledelsen sætter fokus på digitaliseringen.

- Digitalisering skal forankres hos ledelsen, ellers kommer det simpelthen ikke til at fungere, sagde hun blandt andet.

Digitalisering styrker det lokale netværk og lokalsamfundet

Projektet Digital Ledelseskultur har tydeliggjort, at når lokale virksomheder går sammen i fællesskab om at arbejde mod nye kompetencer, så løfter det ikke kun deres egen virksomhed, men hele lokalsamfundet. På Lolland har virksomhederne og projektet etableret et netværk, der lever videre efter forløbets afslutning. Et netværk der ikke bare styrker virksomhederne gennem gensidig videndeling og sparring, men samtidigt styrker det lokale erhvervsliv og dermed beskæftigelsen. På konferencen blev der sat fokus på det udbytte, som to virksomheder, "By Emma" og Friman Biler, har fået af projektet gennem deres dialog med Roskilde Handelsskole, Business Lolland-Falster og Celf (Center For Erhvervsrettede Uddannelser Lolland Falster), samt den konsulent, der har hjulpet dem i forløbet ved Digital Ledelseskultur.

By Emma var i starten af Corona-pandemien presset på økonomi og kundestrømmen i den fysiske butik. Gennem et tæt samarbejde med den tilknyttede konsulent fra projektet opnåede By Emma ny indsigt i, hvordan forretningen kunne øge sin synlighed online og dermed øge kundestrømmen. I kraft af fokus på sociale medier, videoer og livenesshopping kom By Emma tættere på den digitale kunde. Herigennem øgedes ikke bare omsætningen på kort sigt, men medførte tilmed et bredere kundesegment og dermed et bredere kendskab til virksomheden. Det resulterede igen i en større kundestrøm. Den digitale indsats var således direkte årsag til overlevelse, udvidelse af medarbejderstab samt markant øget omsætning.

For Friman biler var den digitale indsats/omstilling både udslagsgivende i forhold til den interne kommunikation og en øget rækkevidde i forhold til kundesegmentet. Arbejdet med digitalisering har således skubbet virksomheden både internt og eksternt og har dermed skabt et bedre fundament for en fremtidig konkurrencedygtig virksomhed.

Hvad så nu?

Med udgangspunkt i den model, som virksomhederne i Digital Ledelseskultur har arbejdet ud fra, og de resultater, som virksomhederne har opnået, blev debatten omkring virksomhedernes næste rejse skudt i gang. Her debatterede Betina Simonsen, direktør ved Lifestyle & Design Cluster og Thomas Fisker Nielsen, områdeleder ved Professionshøjskolen UCN og ved UCN Act2Learn de næste nødvendige skridt i den digitale udviklingsrejse og belyste, hvordan digitale kompetencer åbner op for nye markeder og den grønne omstilling.

Det næste skridt på rejsen er den grønne og cirkulære omstilling. Det er dog altafgørende for denne udvikling, at den er tæt forbundet med og understøttet af den fortsatte teknologiske og digitale udvikling. Smv'er må og skal digitaliseres for at kunne være med på de efterfølgende og naturlige udviklingstrin. Der var igen her en klar formaning om, at det er en ledelsesopgave, at digitaliseringsprocessen lykkes, da der skal prioriteres tid, ressourcer og udviklingsrum.

Der skal fra Lifestyle & Design Cluster og partnerne i Digital Ledelseskultur lyde en stor tak til alle, der deltog i og bidrog med indslag til Digital Ledelseskulturs konference på Børsen d. 5. april 2022. En stor tak til alle de deltagende oplægsholdere og virksomheder, der delte ud af deres erfaringer fra projektet med alt, hvad det indebærer af succeser, udfordringer og nye indsigter. Desuden ville dette ikke have været muligt uden et godt og tæt samarbejde med Erhvervsakademi Aarhus, University College Lillebælt, Dansk Kyst & Naturturisme, Roskilde Handelsskole, University College Nordjylland Samt Roskilde Tekniske Skole.