

*Inbjudan till konferens om*

# **Hur öka aktieägarvärdet?**

**- genom nya styrsystem**



**Vi presenterar:**

- hur skapas ett aktieägarvärde?
- olika värdedrivare och mikrodrivare
- värdekedjeförändringar och strategier
- olika affärslogiker och deras styrning
- hur affärsprocesser skapar värde
- hur skapar kunder och produkter värde?
- produktionens roll som värdeskapare?
- varumärken som värdeskapare
- osynligt kapital skapar värde
- outsourcing och insourcing
- värderingar och företagskulturer
- praktikfall och exempel

**Konferensen vänder sig till:**

**Bolagsstyrelseledamöter,  
Investment managers,  
VD och företagsledning,  
Ledningsgrupper,  
Informationschefer,  
Controllers, CIO:s**

**MBC**

**MBC Executive School  
Stockholm**

**Konferensledning:  
BERNDT LOBALK  
HANS BERGSTRÖM**

## Företagsstrategier:

### Aktieägarvärde och styrning av företag

Aktieägarvärde i fokus! Det krävs mer!

Att leda och styra företag har blivit alltmer krävande. De krav som ställs på att snabbt öka aktieägarvärdet blir allt större och rörligheten på chefsstolarna ökar. Aktieägarna kräver större avkastning, massmedia följer företaget noga. Företag är som aldrig förr påpassade av kunniga analytiker och skribenter som kräver riktig information om hur företaget lyckas skapa aktievärde.

### Kvartalskapitalism och aktiebubblor

Samtidigt ifrågasätts om inte fokusering på aktieägarvärde leder till kortsiktighet i besluten och falsk bokföring.

### Nya företagsstrategier behövs

Företagsstrategier måste fokuseras på att långsiktigt skapa värde för sina kunder och samtidigt vårda och utveckla sin personals kompetens – det osynliga kapitalet. Hela företaget måste genomsyras med värdeskapande

### Syfte:

Konferens syfte är att ge en aktuell överblick över:

- hur skapas ett aktieägarvärde?
- olika värdedrivare och mikrodrivare
- värdekedjeförändringar och strategier
- olika affärslogiker och deras styrning
- hur affärsprocesser skapar värde
- hur skapar kunder och produkter värde?
- produktionens roll som värdeskapare?
- varumärken som värdeskapare
- osynligt kapital skapar värde
- outsourcing och insourcing
- värderingar och företagskulturer
- praktikfall och exempel

### Konferensen vänder sig till:

Bolagsstyrelseledamöter, investment managers, VD och företagsledning, ledningsgrupper, informationschefer, CFO:s, controllers.

### Konferensledning:

**Berndt Lobalk** Väldkund konsult och företagsrådgivare. Har erfarenhet av över 70 olika branscher och mer än 200 koncerner i Europa och USA. Samverkar som föreläsare sedan lång tid med olika utbildningsorganisationer.

**Hans Bergström.** Erfaren koncernchef och styrelseledamot i ett antal framgångsrika företag i mogna och nya branscher

## PROGRAM DAG 1 OCH 2

### *Hur skapas aktieägarvärde?*

- definitioner och värderingsmodeller
- från ROI till CROI, - WACC
- värdedrivare och mikrodrivare
- hur påverkas företagsstrategier?

### *Värdekedjeförändringar och strategier*

- definitioner
- värdestjärnor
- värdeerbjudanden
- hur förändringar påverkar strategier

### *Olika affärslogiker och deras styrning*

- B2B och B2C
- Fyra olika affärslogiker analyseras
- Key Success Factors
- Exempel

### *Hur affärsprocesser skapar värde?*

- De tre huvudprocesserna, stödprocesser, ledningsprocesser och styrelsearbete

### *Hur skapar kunder och produkter värde?*

- Värdeskapande/förstörande produkter
- Mikrodrivare
- CRM **C**ustomer **R**elationship **M**anagement

### *Produktionens roll som värdeskapare*

- mikrodrivare
- olika styrproblem och dess hantering
- exempel

### *Varumärken som värdeskapare*

- Positionering
- Påtvingad och affektiv lojalitet
- Exempel

### *Osynligt kapital skapar värde*

- olika kapital
- hur beskriva?
- hur mäta?

### *Outsourcing och insourcing*

- hur och varför
- supply chain management
- erfarenheter

### *Värderingar som styrmedel*

- Hur och varför
- Frågeställningar

### *De nya kraven på styrsystem*

- Nya nyckeltal
- Balanced scorecard
- Möjligheter med IT
- Exempel

### *Hur transformera ett företag till att skapa aktievärde och andra värden?*

- Intressentmodellen
- Lämpliga steg

### **Sammanfattning**

(Ändringar kan förekomma i programmet)