



SMIL MEDLEMSUNDERSÖKNING 2014/15

29 INTERVJUER MED FÖRETAG OCH AKTÖRER

CAROLA HOLMÉR

RCH SWEDEN AB

www.smil.se





Förord

Under 2014 genomförde Carola Holmér en medlemsundersökning för SMILs räkning. I denna rapport finns en sammanfattning av undersökningen.

Vi vill båda framföra ett varmt tack till alla Er som generöst ställt upp på intervjuer och bidragit med synpunkter på SMILs verksamhet och framtid. Många har haft stor glädje och nytta av SMIL genom åren. Men många förslag till förbättringar har också framkommit. Rapporten presenterades på SMILs årsstämma i februari.

Styrelsen har börjat arbeta med detta. Flera av förslagen har redan lett till åtgärder bl.a. har vi skapat en LinkedIn-grupp där alla medlemmar är välkomna att gå med:

<https://www.linkedin.com/groups/SMIL-6927339/about>. Dessutom har vi satt igång ett arbete för att förnya SMIL. Detta genomförs genom flera utskott där du som medlem är välkommen att bidra:

- Utvecklingsprogram 2.0 – Ta fram ett nytt format för utvecklingsprogrammet. Detta arbete är i full gång.
- ENP 2.0 – Ta fram ett nytt format för ENP. Detta arbete är i full gång.
- Marknadsföring och profil – Ny profil inklusive hemsida för SMIL Detta arbete är i full gång.
- Positionering (SMIL 2.0) – Utskottets mål är att fram hur SMIL bör positionera sig i förhållande till övriga aktörer
- Årets entreprenörskapsbragd – Ny version av årets SMIL-företag som vi hade tidigare
- Samarbete – Fokus på att utöka samarbetet med andra aktörer i näringslivet så väl som på universitetet

De tre första är som sagt var redan i full gång, men de tre övriga söker vi engagerade medlemmar till. Så om du är intresserad att vara med och utveckla SMIL så får du gärna höra av dig.

Hälsningar,


Jan Brugård
Ordförande SMIL


Carola Holmér





UPPDRAG

På uppdrag av SMILs styrelse har jag under perioden sept 2014 – febr 2015 genomfört sammanlagt 29 intervjuer. Framför allt med SMIL medlemmar, men även några företag som inte är medlemmar samt några aktörer som stöder entreprenörskap och företagande. Målet har varit att diskutera hur verksamheten kan utvecklas och hur medlemmarna kan aktiveras.

SAMMANFATTNING

Föreningen SMIL har funnits i drygt 30 år. Huvudintrycket är att medlemmarna är klart positiva till verksamheten. Ingen har föreslagit att SMIL borde avvecklas. Det är ett viktigt nätverk och det finns djup i verksamheten genom utvecklingsprogram och managementgrupper. Man har skapat förtroende mellan medlemmarna och varit till stor nytta.

Men det finns också många förslag till förbättringar. Innovationssystemet ser annorlunda ut idag och SMIL behöver diskutera hur man vill positionera sig - var i innovationssystemet ska man vara. För vem och för vad är SMIL bra? Det är viktigt att söka strategisk samverkan med lämpliga partners. Och det är hög tid att utveckla ett helt nytt Utvecklingsprogram. Hemsidan behöver moderniseras och modern kommunikationsteknik på internet kan utnyttjas bättre.

METOD

Urvalet är ett bedömningsurval som gjorts i samarbete med SMILs styrelse och omfattar företag av olika storlek och ålder och med olika aktivitetsgrad. Två icke medlemmar har valts ut bland de som besökte SMILs 'förmingel' i samband med Venture Arena hösten 2014. Som stödjande aktörer har valts Mjärdevi Science Park och InnovationskontorEtt. Fullständig förteckning se bilaga 1.

Intervjuerna har genomförts relativt ostrukturerat för att ge de intervjuade möjlighet att prata fritt. Vid företagsintervjuerna har alltid följande huvudfrågor ställts:

- Hur länge företaget varit medlem i SMIL och hur mycket har man deltagit
- Vilken nytta har man haft av SMIL
- Vad har varit bra och vad hade SMIL kunnat göra bättre
- Något man saknat i SMILs erbjudande
- Hur ser man på SMILs verksamhet i förhållande till andra organisationer med liknande mål t ex InnovationskontorEtt och LEAD, Mjärdevi Science Park, Almi m fl
- Vilken sorts företag passar bäst som medlemmar i SMIL
- Något jag glömt att ta upp



HUVUDINTRYCK

Det samlade intrycket av medlemsintervjuerna är klart positivt. Många har haft stor nytta av verksamheten. SMIL är ett viktigt nätverk med en fin kultur. Man har skapat förtroende mellan företagen och det finns ett djup i verksamheten.

De två huvudaktiviteterna inom SMIL – utbildning och nätverk - kompletterar varandra och är båda lika viktiga. Kvalificerade utbildningsaktiviteter som Utvecklingsprogrammen med Uno Alfredéen, samt olika managementgrupper har bidragit till att skapa ett djup i verksamheten. Nätverksträffar av olika slag har gett många värdefulla kontakter. Det har varit lätt att kontakta andra SMIL-medlemmar eller Magnus Klofsten för tips och hjälp.

En del av de litet äldre företagen tycker inte att de längre behöver utbildningsaktiviteter, men kommer gärna på nätverksträffar. I vissa fall träffas "kursdeltagarna" återkommande, även efter avslutad kurs.

Men det finns också mycket som kan bli bättre!

- Positionering. Vilken är SMILs plats i dagens innovationssystem? För vem och för vad är SMIL bra? Det behövs en nystart.
- Strategisk samverkan med andra aktörer som stöder entreprenörskap och företagande är väsentligt.
- Nytt utvecklingsprogram. Det är hög tid för ett helt nytt utvecklingsprogram
- Profilering och marknadsföring. Varumärket behöver stärkas. SMIL behöver bli mer känt.

HISTORIK

Det har hänt mycket sedan SMIL startade i början av 1980-talet. Det finns idag många fler aktörer som stöder entreprenörskap, innovation och företagande. SMILs utbildningsaktiviteter har drivits i nära samarbete med Centrum för Innovation och Entreprenörskap (CIE) vid Linköpings universitet där Magnus Klofsten sedan starten fungerat som en sammanhållande person. Denna samverkan har varit värdefull, gett en stabilitet och möjliggjorde för SMIL att tidigare utnyttja olika "teknopol" anslag till universitetet för delfinansiering av t ex utvecklingsprogrammen. Idag finns inte samma möjligheter och det har bl a medfört att ENP programmet lagts ner.

SMIL är idag en mer självständig organisation.



POSITIONERING

SMIL behöver ta ställning till var i innovationssystemet man ska vara och definiera vilka som får bli medlemmar. Man måste kunna svara på frågan för vad och för vem är SMIL bra. Och kort och koncist definiera SMILs övergripande vision.

Man bör då ta hänsyn till var i kedjan, från helt nystartade kunskapsintensiva företag till mer etablerade, som det saknas verksamhet. Vad efterfrågar medlemmarna? Bäst är att kraftsamla där SMIL är unika - där SMIL kan erbjuda sådant som inte andra kan? Och vilka möjligheter finns till strategisk samverkan? Ett förslag är att SMILs huvudmål kunde vara utveckling av entreprenörskapet. Från 3-åriga till mer mogna företag finns inte mycket aktiviteter. Flera framhåller att support och inspiration behövs under många år.

Flera medlemmar föreslår att SMIL bör koncentrera sig på sin egentliga målgrupp. Denna definieras av de flesta som kunskapsintensiva företag som varit verksamma några år (förslagsvis 3 år) . En typisk ny SMIL-medlem är företag som lämnar företagsinkubatorn LEAD i Mjärdevi. Det behövs ett generationsskifte inom SMIL där flera unga företag deltar aktivt.

Många påpekar att det är viktigt med "rätt" medlemmar i SMIL. Man ska känna gemenskap och ha liknande frågor att diskutera. Någon vill träffa personer med driv. Medlemskap ska inte vara öppet för vem som helst. Några har påpekat att det inte är bra med alltför många jurister, advokater, revisorer och liknande vid nätverksträffarna.

STRATEGISK SAMVERKEN

SMIL har ett unikt nätverk men inte mycket egna ekonomiska resurser. Då blir samverkan desto viktigare. Mjärdevi Science park (MSP) och InnovationskontorEtt (IK) är två viktiga aktörer som intervjuats och där möjligheterna till samarbete bedöms goda.

SMIL deltog t ex i höstas i Venture Arena (som arrangeras av InnovationskontorEtt) med ett "förmingel". IK satsar mycket på enskilt stöd till studenter och forskare som vill starta företag, men följer inte dessa företag särskilt länge. Man har enskilda samtal med ca 2000 per år. Några av de bästa får plats i företagsinkubatorn LEAD som drivs av IK.

SMIL behöver satsa mer aktivt på att få kontakter med framför allt LEAD Alumner men också med befintliga LEAD företag. Här är IK positiva till samarbete. Båda dessa grupper borde få hög prioritet vad gäller rekrytering av nya medlemmar.

En annan grupp företag är de som hunnit en liten bit men som inte får plats i LEAD inkubatorn och inte heller riktigt hör hemma i IK. Här kanske IK och SMIL skulle kunna agera gemensamt. Men frågan är hur unga företag SMIL ska ha som medlemmar.



Det finns också bra möjligheter till samarbete med MSP. Lokalen CreActive får utnyttjas för SMIL arrangemang och möjligheterna till gemensamma arrangemang bör undersökas närmre. Vissa efterfrågar nätverksaktiviteter på andra tider än kvällstid.

Bland andra aktörer som SMIL bör kontakta för att undersöka samarbetsmöjligheterna nämns t ex East Sweden Business Region, East Sweden Tillväxtkapital, Handelskammaren och Almi. Dessutom är det bra att kontinuerligt hålla kontakt direkt med Linköpings universitet.

Tidigare fanns GrowLink där olika aktörer i innovationssystemet träffades regelbundet för att utbyta information och erfarenheter. Denna funktions fylls idag av East Sweden Business Region fast i litet annan form. Här skulle SMIL kunna vara medlem för att blir mer känt i regionen och hålla sig uppdaterad om andras verksamhet.

PROFILERING OCH MARKNADSFÖRING

När man beslutat sig för vilken positionering SMIL ska ha, behöver man tydligt och koncist formulera SMILs budskap. För vem och för vad? Det bör framgå att SMIL inte enbart är till för Mjärdeviföretag, något som vissa tyckt är oklart. Någon föreslår att SMIL alltid informerar mycket kort om mål och verksamhet vid alla sina arrangemang.

Ett sätt att underlätta rekryteringen av nya medlemmar är att befintliga medlemmar tar med sig gäster.

Hemsidan är väsentlig för SMILs profilering och marknadsföring och behöver moderniseras. Den är t ex en viktig informationskanal för nya medlemmar, som vill veta vad det innebär att vara med i SMIL. Den behöver ständigt vara aktuell, men samtidigt utformad så att uppdateringen inte innebär mer arbete än SMIL kan klara av.

Flera föreslår att SMIL bättre utnyttjar modern kommunikationsteknik. När SMIL startade fanns inte internet! Skall man vara aktiv på sociala medier och i så fall hur? Flera föreslår ett forum på nätet där medlemmarna både kan erbjuda och efterfråga tjänster och tips. Gärna om alltifrån patentexperter till restauranger! Någon vill underlätta för medlemmarna att göra mer affärer ihop och hitta nya affärsmöjligheter.

Den nära samverkan mellan SMIL och CIE har lett till att flera SMILs medlemmar är osäkra på vem som ordnat vad, t ex utvecklingsprogrammen. När aktiviteter bedrivs i samverkan bör de olika parternas roller tydligt framgå.

NÄTVERKSAKTIVITETER

Olika nätverksträffar är en mycket central del av verksamheten. Man kan inte underskatta vikten av bra mötesplatser. Förslag finns om fler pubar och vattenhål samt seminarier med speciella tema. Intressanta föredragshållare t ex företagare som lyckats har möjlighet att locka många deltagare. Några saknar företagsbesöken hos olika SMIL-medlemmar.



NYTT UTVECKLINGSPROGRAM

Utvecklingsprogrammet med Uno Alfredéen har varit SMILs viktigaste program och har varit mycket uppskattat. De har i hög grad bidragit till att skapa bra nätverk mellan medlemmarna. Dock har det varit vissa problem under senare år. Det är nu hög tid och viktigt för SMIL att utveckla ett helt nytt program.

Många föreslår att en eller flera personer (som är eller varit SMIL medlemmar) får utveckla ett helt nytt koncept. Det bör vara personer som "brinner" för detta. Bäst är om man kan utnyttja framgångsrika SMIL-medlemmar, som inte längre är fullt aktiva i sina företag. Men det kan också vara bra ha med resurspersoner utanför regionen. Det är viktigt att en person har ansvaret.

FÖRSLAG TILL NYA PROGRAM/MANAGEMENTGRUPPER

Vattenhål för VD:ar och Det svåra samtalet är exempel på två särskilt uppskattade program. Det har kommit många förslag till nya managementprogram eller andra former av utbildningsaktiviteter. Sådana aktiviteter behövs inte bara när företaget är relativt nystartat. Generellt finns mycket stöd för nystartare, men inte mycket efter några år. Försäljning och marknadsföring återkommer som huvudteman. Nedan listas några av de övriga förslag som framkommit:

- Försäljning av komplicerade tekniska produkter. Något som ofta underskattas av tekniker. Försäljning är en nyckelfråga för lönsam tillväxt. Många säljer mer utomlands än i Sverige.
- Nya affärsmodeller. Hela säljprocessen ser annorlunda ut idag. Det blir alltmer tjänsteförsäljning där produkter och tjänster kombineras. Avtalsutformning bör ingå.
- Studiecirkel i gruppdynamik
- Exit t ex vid generationsskifte. Hur gör man när en delägare pensioneras?
- SMIL arrangemang där lokala "affärsänglar" kan träffa intressanta företag (i mindre skala än Venture Arena).
- Andra områden som nämnts är affärsutveckling, internationalisering, HR, personalutveckling, IP rättigheter.
- Programutformning med 5-6 träffar à 4 tim



ANDRA FÖRSLAG

- Bilda en brainstorming grupp för att diskutera SMILs framtid
- Årets SMIL-företag eller liknande utmärkelse bör återkomma.
- ERFA-grupper (klustermotorer) inom specifika teknikområden vore intressant. Svårt men bra om det lyckas. Tveksamt om detta är något för SMIL. Finns t ex ett kluster för digital TV som drivs av LiU.
- Bättre kanaler till finansiärer såsom Vinnova, Tillväxtverket och EUs strategifonder.
- SMIL skulle kunna erbjuda mentorer för unga företagare.
- Viktigt att någon från styrelsen deltar i nätverksträffarna och att det finns en eller flera förgrundsfigurer i SMIL.
- SMILs styrelse bör innehålla seniora företagare och entreprenörer.

SLUTORD

Ett varmt tack till alla som utan problem ställt upp på intervjuer och bidragit med synpunkter på SMILs verksamhet och framtid. Det har personligen varit en stor glädje för mig att återse många gamla bekanta och se att verksamheten fortlever efter 30 år. Rätt unikt!



BILAGA

Intervjuer okt 2014 - febr 2015

		<i>SMIL medlem</i>
Abeama AB	Johan Ahlström	x
Accuratium AB	Leif Söderström	x
Acreo AB	Mårten Armgarth, numera FOI	x
AddBIO AB	Trine Vikinge	x
Autoliv Electronics AB	Bengt Arne Nyman	x
Cinside AB	Dan Axelsson	x
Configura Sverige AB	Cecilia Angbratt	x
CybAero AB	Mikael Hult	x
Cybercom Sweden West AB	Peter French	x
FishyMinds	Hans Söderström	x
HiQ Ace AB	Patrik Holm	x
InnovationskontorEtt	Johan Lilliecreutz	x
InnovationskontorEtt	Jonas Nilsson	x
Kenth Ericson Managment AB	Kenth Ericson	x
Linköpings universitet	Göran Felldin, nu eget företag	x
Linköpings universitet	Robert Forchheimer	x
Mjärdevi Science Park AB	Sten Gunnar Johansson, f d VD	x
Mjärdevi Science Park AB	Lena Miranda	x
Optimal Solutions AB	Patrik Eveborn	x
Prevas AB	Per Österling	x
Prevas AB	Elin Wiklund	x
Sectra AB	Jan Olof Brüer	x
Svenska Grindmatriser AB	Jörgen Sköld	x
Syntrans AB	Peter Viberg	x
Termisk Systemteknik AB	Magnus Uppsäll	x
Usify AB	Thomas Pettersson	
Xcerion AB	Daniel Arthursson	x
XM Reality	Claes Nylander	Gått ur
Zenterio AB	Kent Lundberg	Gått ur