



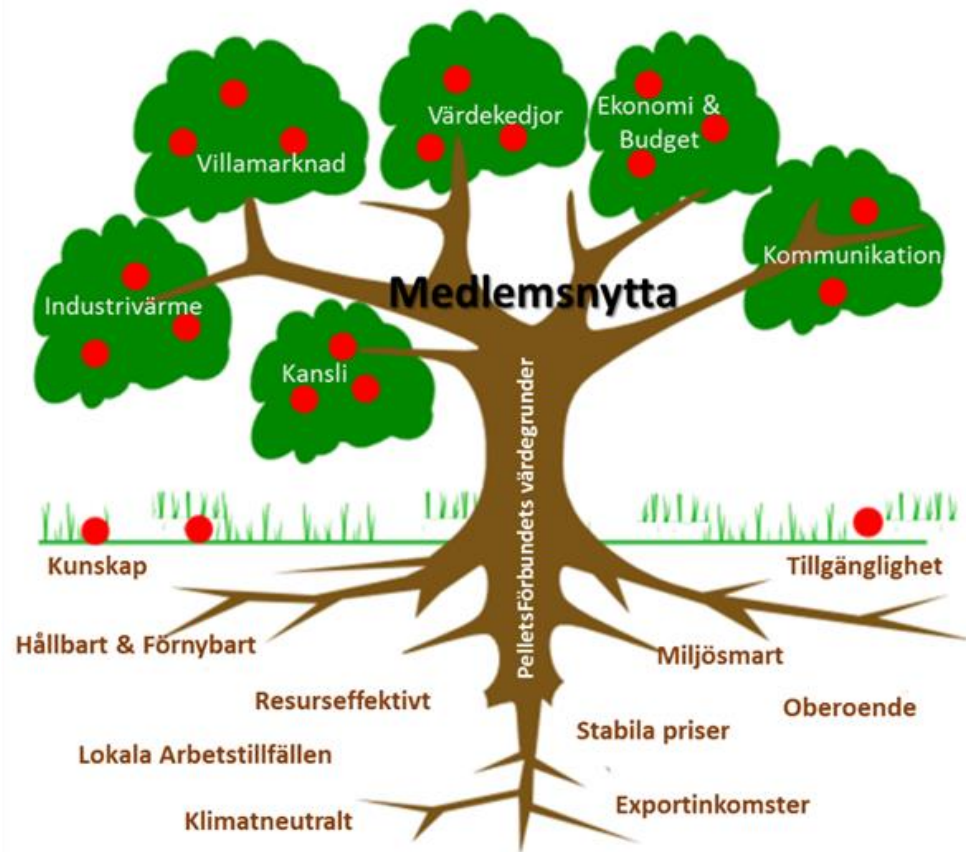
Varför en Industrigrupp?

Staffan Lundegårdh, Ariterm

Verksamhetsplanen 2016/2017

6 prioriterade arbetsområden

- Kansli
- Kommunikation
- Ekonomi & Budget
- Värdekedjor
- Villamarknad
- Industrivärme (Industrigruppen)



Industrigruppen

Definition

- Marknadssegmentet ovanför villa (>20kW)

Ansvariga från styrelsen

- Anders Henriksson, Staffan Lundegårdh, Tomas Isaksson

Mål

- Bilda en” industrigrupp” med medlemmar som idag inte sitter i styrelsen
- Utarbeta en handlings- och tidsplan samt budget

Industrigruppen

- **Medlemmar**
 - Ariterm (utrustning)
 - Janfire (utrustning)
 - KLm (utrustning)
 - PetroBio (utrustning)
 - Kvänum Energi (integrerare)
 - biOptima (integrerare)
 - ANP (pellets)
 - Green Box Energy (integrerare)
 - Veosol (installatör, integrerare)
 - MAFA (utrustning)

Vad krävs för framgång?

- **Bygg marknad – Hitta kunder och marknadssegment**
 - Goda exempel / success stories
 - Fokuserad information till specifika branscher
 - Engagera andra intressenter (myndigheter/branschorganisationer)
- **Minska hinder för affärer**
 - Gör det lättare att köpa ett pelletsbaserat bioenergisystem
 - Underlätta för kunder att hitta rätt leverantörer
 - Undvik komplexa, felaktiga upphandlingar/dåliga upphandlingskonsulter
 - LOU värdesätter inte livscykelkostnader
 - Extern finansiering svårt att få till bra villkor
- **Skapa bättre produkter & tjänster – höj marginalerna**
 - Paketlösningar
 - Value added tjänster (service, silonivåer, färdig värme)
 - Leverantörssamarbete vid större uppdrag

Aktivitetsplan

#	Syfte	Aktivitet	Team	Kommentar
1	Förbättra kvalitet på leveransen och erhållat pris för leverantörer vid upphandlingar av värmesystem. Reducera risken för "onödiga" överklaganden pga otydligheter i upphandlingen.	Kompetensutveckling av upphandlare & beställare (anbud / upphandling av system både för industri och enligt LOU). Fokus på 10-20 viktigaste beställarna (teknikkonsulter, upphandlingskonsulter) men indirekt även kunder.	Staffan Lundegårdh (koordinator) Bengt-Olov Nilsson, Johan Nelson, Christina Lindström, Daniel Engman, Jörgen Mannheimer	Projektet kan omfatta att ta fram en handbok för upphandling, specialseminarier riktat mot målgruppen. Svårigheter: en "hal"grupp, saknas samarbetsorganisation. Hur når man målgruppen? Är de mottagliga för information?
2	Gör det lättare och säkrare att upphandla värmesystem för kunder och leverantörer	Ta fram checklista för specificera kundbehov för köp av pelletsvärmearläggning	Peter Roos (koordinator) , Anders Henriksson, Jörgen Mannheimer	Finns olika versioner, sammanställ till något att lägga på hemsidan
3	Skapa högre värde för medlemmar genom att underlätta att hitta olika typer av bidrag / finansiering / initiativ för kunders köp av värmesystem	Skapa en översikt över bidrag för pelletsinvesteringars som fortlöpande kan hållas uppdaterad	Fredrik Zetterlund (koordinator) , Peter Roos	FZ har kunskap om lantbrukssektorn, PR om industriinvesteringar
4	Hitta o knyt upp kompetenta bolag som kan komplettera PF medlemmar i "paketlösningar", leverans av serviceavtal mm	Skapa nätverk för samarbete med service & installationsbolag	Bengt-Olof Nilsson (koordinator) , Fredrik Zetterlund, Staffan Lundegårdh, Daniel Engman	Nationellt nätverk, "certifierade"?, ska finnas för medlemmarna endast, inte publikt, ge möjlighet att sälja in serviceavtal, nya intäkter och bättre kundnöjdhet
5.1	Kommunikationsplan specifikt för att främja förutsättningarna för tillväxt av marknaden riktad mot industrin	Ta vara på information och Goda Exempel mm	Jörgen Mannheimer (koordinator) , Bengt Attebo, Mats Sjögren, Anders Henriksson	vilka budskap, vilka tidskrifter, bloggar, webbar, vilka projekt?
5.2	Del av kommunikationsplan. Sprid positiv info och Goda Exempel	Nyhetsbrev riktat till kunder, "marknaden" för extern kommunikation	Jörgen Mannheimer (koordinator) , Bengt Attebo, Mats Sjögren, Anders Henriksson	Komplement till existerande internt nyhetsbrev

Aktivitetsplan, forts

6	Ta fram generisk info som alla medlemmar kan använda för info, offerter	Modern säljande information om industrivärme	Bengt Attebo (koordinator) , Mats Sjögren, Jörgen Mannheimer, Bengt-Olov Nilsson, Johan Nelson	trycksak +webinfo, nedladdningsbart, rollups, kom o köp, kom o köp PF medlems
7.1	Plan för att öka medlemsvärdet för industriaktörer inom PF. Säkerställ "value for money" av medlemsavgiften.	Skapa trovärdighet utåt, kritisk massa av kompetens och finansiell styrka genom rekrytering av nyckelspelare inom industrin för att bättre representera branschen i dialog med viktiga aktörer. Fokusera på projekt där PF kan skapa mervärden som individuella medlemmar har svårt att göra själva	Anders Henriksson (koordinator) , Bengt Attebo, Christina Lindström, Peter Roos, Mats Sjögren, Daniel Engman	Tydliga prioriteringar och specifika projekt med tidsplan, budget och regelbunden uppföljning. Komplettera med stora spelare som saknas idag+ utöka till andra bolag i värdekedjan.
7.2	Identifiera åtgärder för att lyfta hela branschen och säkerställ att PF verksamhetsplan reflekterar dessa mål	Höja nivån på våran bransch. Certifieringar, säkerställ att vi har kvalitet i våra leveranser. Hur undvika att vissa bolag som förstör för andra?	Anders Henriksson (koordinator) , Bengt Attebo, Christina Lindström, Peter Roos, Mats Sjögren, Daniel Engman	Kan PF kan bidra genom främja kvalitet i leverantörers projekt, hur uppfylla myndighetskrav? Gäller flera olika bränslen, stöd för ökad projektkompetens, hur säkerställa medlemmars kapacitet att möta industrins höga krav på tillgänglighet o kvalitet?