

Välkommen till Hjärntrustens frukostseminarium 27/5

IKEA i världen

Martin Hansson, IKEA Group

Kan IKEA fortsätta att växa?

IKEA är en framgångsmaskin, som rullat fram under decennier i Väst-Europa, och på senare tid även i Öst-Europa (Ryssland), Kina och USA. Nu tar tillväxten ny fart i Asien. Dessutom vill bolaget börja med näthandel. Planen är att dubbla omsättningen fram till 2020.

Med sin affärsmodell har IKEA lyckats finna en formel för kombinationen av förnyelse och expansion. Hur ser den formeln ut?

IKEAs företagskultur präglas av svenskt ledarskap:

IKEAs ledarskapsmodell är väldigt svensk, lyhörd, eftertänksam och samförståndsinriktad. IKEAs företagskultur innebär inriktning på tydliga, realistiska och väl förankrade mål och strävan efter mångfald och jämställdhet på alla plan – inte bara på hemmamarknaden utan också i ett globalt perspektiv. IKEA vill bidra till ekonomisk och social utveckling i de länder där företaget är verksamt. Sålunda eftersträvar man samråd med lokala aktörer och hänsynstagande till landets kultur. Miljömedvetandet är högt. Utsläpp ska minimeras och varuhusverksamheten ska vara energineutral år 2020.

Kunskapsöverföring - ett medel för att säkra tillväxt:

En väl fungerande kunskapsöverföring är nödvändig för kompetensförsörjningen i framtiden – inte minst när det gäller att bibehålla företagskulturen under expansionsprocessen. IKEA är en lärande arbetsplats som lyckas kombinera tillväxt och förnyelse. Lärande-kulturen innebär att IKEA utbildar och fostrar sina medarbetare genom att överföra sina värderingar och genom att förmedla den tysta kunskap som förknippas med mästare-lärling-metoden. Kunskap och insikt om företagets mål och värderingar får man genom "storytelling" och genom samverkan och samtal.

Nästa generation IKEA-chefer står redo att ta över:

En ny generation av unga chefer ska nu leda IKEA in i framtiden. Den förväntade expansionen förutsätter att man lyckas bibehålla IKEAs företagskultur samtidigt som man rekryterar nya medarbetare över hela jorden. Hur bär man sig åt för att hantera de problem, som uppkommer när man vill bevara företagets kärna samtidigt som man måste massrekrytera? Och hur kommer generationsskiftet på chefsnivåerna att påverka expansionstakten? Kommer fokus i framtiden att ligga på näthandel snarare än på varuhus?



Föreläsare: Martin Hansson, assistent till Ingvar Kamprad och till IKEAs tidigare koncernchef Anders Dahlgv (2000-2010). Sedan 2013 är han globalt ansvarig för "Retail and Expansion IKEA Group".

Tid och plats

Tisdag 27 maj 2014 kl 8.30-10.00 på **Grand Hotel**, Bantorget, Lund.

Anmälan och pris

Anmälan senast 23 maj till seminarium@hjarntrusten.se eller på www.hjarntrusten.se.

Hjärntrustare deltar gratis. För övriga deltagare kostar frukostseminariet 450 kr (exkl. moms) (frukost ingår).

Inger Mansfeld, VD, Hjärntrusten