

Product Development

Due Diligence

Evnen til produktudvikling er afgørende for sikring af en investering

Den rigtige pris på en virksomhed handler både om resultatet og potentialet. Det er derfor vigtigt enkelt og præcist at kende virksomhedens evne til produktudvikling og sandsynligheden for, at den kommer i mål med igangværende projekter.

En økonomisk og finansiel Due Diligence kan, med stor fordel, suppleres med en Product Development Due Diligence, hvis man vil være sikker på, at virksomheden fremover vil kunne udvikle sig og effektivt udvikle nye produkter til markedet.

Product Development Due Diligence konkluderer på hvilke konkrete områder virksomheden kan forbedre produktudviklingen og minimere risikoen. Områder som kan indføres i en 100-dages-plan for virksomheden og med forslag til, hvor og hvordan der aktivt bør bidrages til den videre udvikling og ekspansion af virksomhedens aktiviteter.

Omfanget af en Product Development Due Diligence fastlægges i dialog om formålet med investeringen og tilrettelægges efter type og størrelse af virksomhed. Efterfølgende overdrages "findings", "det forretningsmæssige potentiale" og forbedringspunkter fra analysen.

Internationalt Grundlag

Grundlaget i ydelsen er en Whitebox Benchmark Light, der er en uvildig vurdering af virksomhedens evne til produktudvikling. Metoden er udviklet og forfinet over mange år af os, så den kan leveres effektivt med minimal tidsforbrug for virksomheden - via et par møder og interviews med ledelsen og en til to projektgrupper. De bagvedliggende modeller er velkendte internationale standarder.

Med vurderingen følger en status på evnen, samt anbefaling af de "lavt hængende frugter", der umiddelbart vil give øget produktivitet, samt én (to) forbedringer der bør fokuseres på det næste års tid.

Typiske kundeforløb

Usikkerhed om investeringen – har

virksomheden blot succes med et produkt?
Kan det forventes, at der evnes kontinuerlig udvikling?

Er prisfastsættelsen korrekt – kan det

forventes, at udviklingsafdelingens produktliste og udviklingsplan matcher den pris, der forhandles om?

100 dages plan – hvilke Post-akkvisition-

initiativer vil give det bedste resultat for at sikre den fremtidige produktudvikling?

Værdiskabelse – kan vi med fordel udnytte

synergi på udviklingsområdet mellem virksomheder i vores portefølje?

Sourcing og optimering – kan vi specialisere

kompetencen og frigøre kapacitet?

Praktiske oplysninger

Virksomheden skal afsætte ca. 50 mandetimer til en Benchmark Light, som begynder med et 30 minutters åbningsmøde med sponsor, hvor de strategiske mål og de største udfordringer diskuteres.

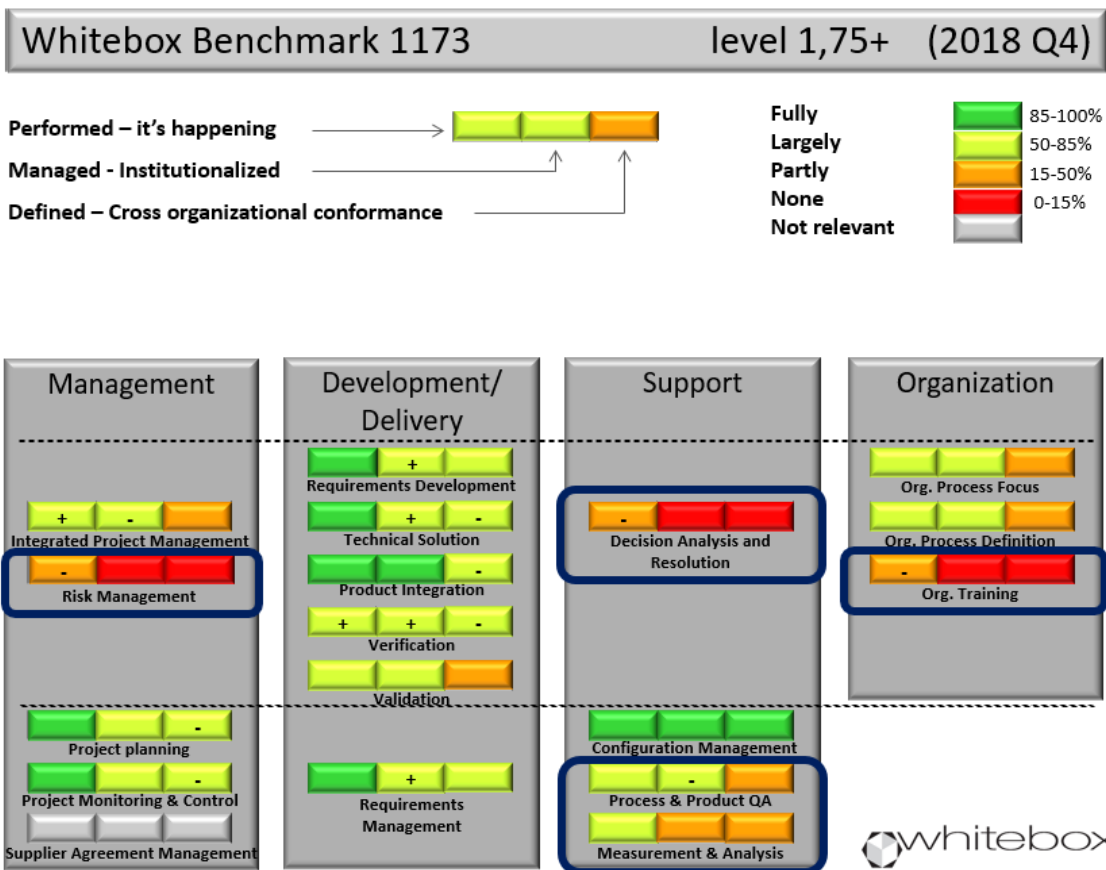
Dernæst gennemføres følgende:

- Åbningsmøde (1,5 time) hvor alle deltagere er inviteret.
- Interview af ledelsen, (2 timer). De mest kritiske praktikker identificeres.
- Interview af projektdeltagere (max 7 personer). Varighed 4-5 timer. For en stor virksomhed kan det være nødvendigt at se på 2 projekter.

Besvarelsen bearbejdes om aftenen af Whitebox's konsulenter, og præsenteres næste dag for virksomhedens ledelse (1,5 time), og dernæst til alle deltagerne (1,5 time).

Ved præsentationen gennemgås virksomhedens stærke og svage områder, og de sættes i forhold til jeres aktuelle situation. De anbefalede forbedringer forklares, og I ender op med et detaljeret "kort" over status samt forbedringer.

Rapportering fra Benchmark sker i form af den præsentation, der er brugt til afslutningen - med kommentarer til.



Kontakt

Per Hartlev, Partner & CEO, 20108040.ph@whitebox.dk
 Jørn Johansen, Partner, 26847208, jj@whitebox.dk
 Morten Korsaa, Partner, 20986616, mk@whitebox.dk

Whitebox

Dr. Neergaards Vej 3, 2970 Hørsholm
 CVR-nr 36442182, info@whitebox.dk
 www.whitebox.dk