

Målstruktur för verksamhetsåret 2019, Affärsområde Företagspartner

Målstrukturen för affärsområde Företagspartner är indelad i tre målområden med totalt sju underliggande mål. Målnivåerna beslutas inom ramen för koncernens årliga verksamhetsplaneringsprocess och framgår av den vid var tid gällande målstrukturen för bolaget. Målnivåerna behandlas av bolagets styrelse i samband med fastställande av verksamhetsplan och budget.

Målområde Uppdraget

Almi ska bidra till hållbar tillväxt genom att tillhandahålla marknadskompletterande affärsutveckling och finansiering med fokus på tidiga skeden, kvinnors företagande och företagare med utländsk bakgrund.

1. Mål Index Tillväxt

Företag som fått insatser av Almi ska vid utgången av tredje räkenskapsåret efter insatsåret ha haft bättre utveckling av överlevnadsgrad, omsättning och förädlingsvärde än relevant regional kontrollgrupp. Almis årliga effektmätning används för beräkning av ett sammanvägt index. Almis insatser år 2019 kommer att effektmätas och indexberäknas i årsskiftet 2023/2024.

2. Mål Index Fokusgrupper

Kvinnor och företagare med utländsk bakgrund ska vara överrepresenterade jämfört andelen i företagsstocken och nyföretagandet som helhet. Mätningar görs varje halvår och viktas samman till ett index.

Målområde Företagskultur

En kundorienterad innovativ och lärande företagskultur med fokus på ständiga förbättringar och god affärsetik såväl internt som externt i interaktion med kund.

3. Mål Net Promoter Score Medarbetare

Almi ska ha engagerade medarbetare med ambition, kompetens och potential att utveckla sig själva och därmed bidra till att Almi når sina mål. I NPS utvärderar om de anställda anser att Almi är en attraktiv arbetsgivare. Medarbetarna svarar på frågan hur troligt är det att du skulle rekommendera företaget som arbetsplats till en vän? NPS beräknas genom att andelen ambassadörer minskas med andelen kritiker. NPS kan variera från +100 till -100.

4. Mål Net Promoter Score Kundföretag

Almis kund- och portföljföretag ska vara nöjda med Almis insatser och vara beredda att rekommendera Almi till andra. Almi har fr.o.m. 2019 implementerat löpande NPS-enkäter (Net Promoter Score) till samtliga kundföretag.

Målområde Effektivitet

En effektiv verksamhet där så stor andel som möjligt av resurserna läggs på verksamhet mot kund och mot rätt kunder samt att stor effekt uppnås i förhållande till nedlagda resurser.

5. Mål Andel kundtid

Så stor andel som möjligt av Almis resurser ska användas till affärsverksamhet mot kund. Kundtid definieras som tid som lagts på marknadsföring och försäljning samt till direkta leveranser av kunderbjudanden. Andel kundtid mäts i procent av totalt nedlagd tid.

6. Mål Antal och andel insatser till Almis målgrupper

Almis målgruppsmodell fokuserar på målgrupperna Bredd, Ideal och Spets. Insatserna ska, i så stor utsträckning som möjligt, riktas mot företag med hög tillväxtpotential och stor nytta av Almi som marknadskompletterande aktör.

7. Mål Lånevolym och avkastning

Avkastning på utlånat kapital ska motsvara risktagandet. Lånevolymerna ska anpassas till kundernas efterfrågan samt till lånefondens storlek, Almis likviditet och utlåningsbara kapital.

Koncernövergripande hållbarhetsmål

Utöver ovanstående mål sätter Almi tre koncernövergripande hållbarhetsmål.

- Hållbar tillväxt i kundföretagen
- God affärsetik
- Attraktiv arbetsgivare

Dessa mål mäts på koncernnivå.