

Blog

Er din virksomhed virkelig så unik – og skal den være det?

af Lasse Berg |  13. juni 2025[← Tilbage til inspirationssiden](#)

Standarder og det unikke i én og samme virksomhed

I mine efterhånden mere end tusinde projekter i salg har jeg igen og igen hørt sætningen:

"Jamen, vi er jo helt specielle."

Den bliver som regel sagt med et smil – men også med en underliggende antydning af, at *standardløsninger ikke helt passer til os*.

Og det forstår jeg godt.

For mange virksomheder – især blandt små og mellemstore produktions- og handelsvirksomheder – har deres egne nuancer. Det kan være særlige kunderelationer, komplekse leverandørkæder, tekniske produkter eller dybt specialiserede medarbejdere. Det er netop den kompleksitet, som CEO'en, supply chain-direktøren og indkøbsdirektøren skal kunne navigere i – og som enhver god rådgiver skal forstå, før arbejdet kan skabe reel værdi.



Men det betyder ikke, at alt er unikt.

Når man skiller en virksomhed ad og analyserer strukturerne bag, viser det sig oftest, at visse elementer går igen på tværs af de fleste virksomheder – uanset industri. Der er **grundlæggende byggesten**, som alle virksomheder må forholde sig til, hvis de ønsker skalerbarhed, effektiv drift og forbedret profitabilitet.

Jeg har arbejdet med IT og SaaS i mange afskygninger – fra online jobplatforme til e-learning, fra Enterprise Architecture til nu Supply Chain Intelligence – og ét mønster går igen:

Der findes fundamentale principper og processer, som med fordel kan implementeres med afsæt i best practice – også i virksomheder, der føler sig "specielle".

Hos Inact bruger vi derfor ofte **80/20-reglen** i mødet med nye kunder: Ja, din virksomhed har sine unikke træk, men op til 80% af de strukturelle udfordringer kan adresseres med gennemprøvede løsninger, velafprøvede processer og standardiseret teknologi.

De sidste 20% er her, hvor værdien skabes ved tilpasningen til virksomhedens unikke DNA: produkterne, kunderne, servicekravene, kulturen og adfærden.


Endnu mere kompliceret bliver det, når endnu et lag af sandheden foldes ud om, at der ikke findes ét rigtigt svar. (Men mere om det i en anden artikel omkring The Wicked Problem)

Standarder er din ven – ikke din fjende

Det kan være fristende at afvise standardløsninger som stive eller irrelevante – men i virkeligheden er standarder en **genvej til hurtig, målbar og lavrisiko værdiskabelse**.

De er afprøvede. De er dokumenterede. Og de er udviklet gennem erfaringer fra hundredevis af virksomheder, der har stået med præcis de samme grundlæggende udfordringer.

For SMV'er med begrænsede ressourcer og høje krav til afkast, er det en kæmpe fordel at kunne implementere løsninger, der allerede har **bevist deres værdi i praksis**. Standarder gør det muligt at skabe fremdrift hurtigt, uden at skulle opfinde hjulet forfra – og uden at tage unødige risici.

 handler ikke om at vælge enten standard eller differentiering. Det handler om at tage standarder som fundamentet – og derfra bygge det, der gør din virksomhed unik.

Til sidst, en vigtig pointe til dig som leder:

Pas på silooptimering – det skjulte benspænd i SMV'er

En klassisk faldgrube i mange organisationer – særligt i vækst- eller modenheds faser – er, at man forsøger at optimere standarderne isoleret.

Problemet? **Hvis optimeringen ikke er forbundet og med tiden forankret i hele værdikæden, risikerer man at flytte problemerne i stedet for at løse dem.**

Derfor bør best practice aldrig ses som noget, der alene hører til i én funktion. Det skal **forankres tværgående i organisationen – og forstås som et fælles sprog** og en fælles retning på tværs af afdelinger.

Best practice handler nemlig ikke kun om teknologi og frameworks. **Det handler lige så meget om processer, sprog og adfærd** – og dermed om kultur og kompetencer. Og netop her starter det hos ledelsen.

Så nej – din virksomhed er ikke som alle de andre. Men den er heller ikke helt alene i verden.

Nøglen ligger i at kende forskellen...

← [Tilbage til inspirationssiden](#)

Vil du gerne lære mere?

Vores evangelist, Anders, tilbyder gratis undervisning i differentieret styring, segmentering, complexity management og ABC-analyse – med en særlig styrke for formidling.

Få besøg af Anders



Del



inact



Inact ApS

CVR 26360714

Rued Langgaards Vej 7, 5C, 2300
København S

sales@inact.io

+45 7020 2668

For kunder

Support@inact.io

[Inact help](#)

[Cookie- og privatlivspolitik](#)

[Inspiration](#)

