

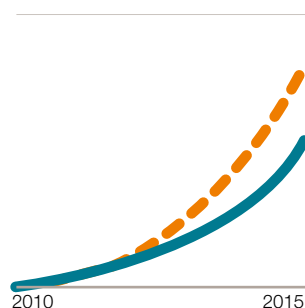
## Nästa steg – delad global styrka

Med en konkurrenskraftig produktionsstruktur, ett starkt globalt varumärke och en lönsam process för konsumentbaserad produktutveckling genomförs nu nästa steg i effektiviseringen av koncernen. Genom globala initiativ ska Electrolux ytterligare minska kostnaderna genom att dra fördel av sin globala styrka och räckvidd. Detta ska uppnås genom att koncernen tar till vara synergier, ökar modulariseringen samt optimerar tillverkningen och inköpen. Initiativen beräknas ge besparingar på cirka 2,0–2,5 miljarder kronor per år med fullt genomslag från och med 2015. De kommer även att förstärka Electrolux konkurrenskraft. Arbetet kommer därutöver att leda till ökad takt och precision i produktlanseringarna inom både premium- och mellanprissegmenten och därmed bidra till lönsam tillväxt. Kostnaderna för dessa globala satsningar beräknas till cirka 500 Mkr per år under 2011 och 2012.

### Ökade synergier inom tillverkningen

Electrolux har förutsättningar att ännu bättre kunna utnyttja stor-driftsfördelarna vid de olika produktionsenheterna världen över. Framför allt är det viktigt att minska komplexiteten genom att definiera den optimala strukturen och samordna tillverkningen av de olika produkterna. Fokus ligger också på att skapa en snabb och effektiv process för sammansättning av komponenter.

Värdeskapande från globala initiativ



- Besparing 2–2,5 Mdr kr.  
 25% modularisering,  
 25% tillverkning och  
 50% inköp.
- **Ytterligare värdepotential**
  - Snabbare framtagning av produkt
  - Mindre komplexitet
  - Mer fokuserat kvalitetsarbete
  - Högre flexibilitet
  - Ytterligare besparingar inom modularisering, tillverkning och inköp

### Utnyttjande av global styrka med konsumentfokus



### Optimerade inköp

Cirka hälften av besparingarna med de globala initiativen beräknas ske genom bättre global samordning av inköp. Genom att standardisera plattformar, produkter och komponenter behövs färre leverantörer samtidigt som större volymer av samma insatsvara kan upphandlas. Ett annat prioriterat område för ökad effektivitet är att involvera inköpsfunktionerna tidigare i processen för produktutveckling.

### Snabbare och effektivare produktutveckling

Att utveckla produkter baserade på globala behov ökar inte bara effektiviteten i produktutvecklingen och marknadsföringen utan även i tillverkningen eftersom färre produktplattformar behövs. Samarbetet mellan Electrolux globala produktråd inom vitvaror kommer att accelerera ytterligare och globala enheter för produktutveckling inom respektive produktkategorier påskyndar innovationstakten. Electrolux har idag åtta globala produktutvecklings-

centra inom vitvaror runt om i världen som bland annat fokuserar på områden såsom induction, inbyggnad och frontmatade tvättmaskiner. Målet är att ytterligare öka differentieringen vid lanseringar av nya produkter inom premiumsegmentet och samtidigt lönsamt kunna konkurrera inom mellanprissegmentet.

### Modularisering

Att standardisera och använda moduler för de delar som är gemensamma för samtliga produkter i en kategori möjliggör snabbare produktutveckling och konsumenternas behov kan därmed snabbare tillgodoses. Dessutom minskar inköpskostnaderna, vilket till exempel ger lägre produktkostnader. Inom vitvaror fortsätter arbetet med att identifiera hur många varianter som behövs av en produktkategoris olika komponenter såsom glasskivor, dörrhandtag och gångjärn. Även om designen behöver varieras beroende på konsumenternas tycke och smak ställs sällan krav på produktens insida.

### Exempel på modularisering, ugnslucka

