

**Analys av affärsnytta**  
**IF Elfsborgs partnerskap 2025**





# Syftet

**01.**

Mäta affärsvärdet i nätverket

**02.**

Förstå partners drivkrafter

**03.**

Lyfta goda exempel

**04.**

Stärka-nätverkets  
attraktionskraft



# MÅL

**01.**

Kartlägga volymen av affärer

**02.**

Samla upplevt värde

**03.**

Få case att använda i kommunikation

**04.**

Visa att nätverket är en investering



# Genomförande



Start



Enkäter



Intervjuer



Sammanställning



Implementering



Enkäter



# Enkätundersökning

- Upplevd affärsnytta
  - Deltagande och aktivitet i nätverket
- Affärer och samarbeten som uppstått via nätverket
- Vilka aktiviteter som upplevs skapa mest värde

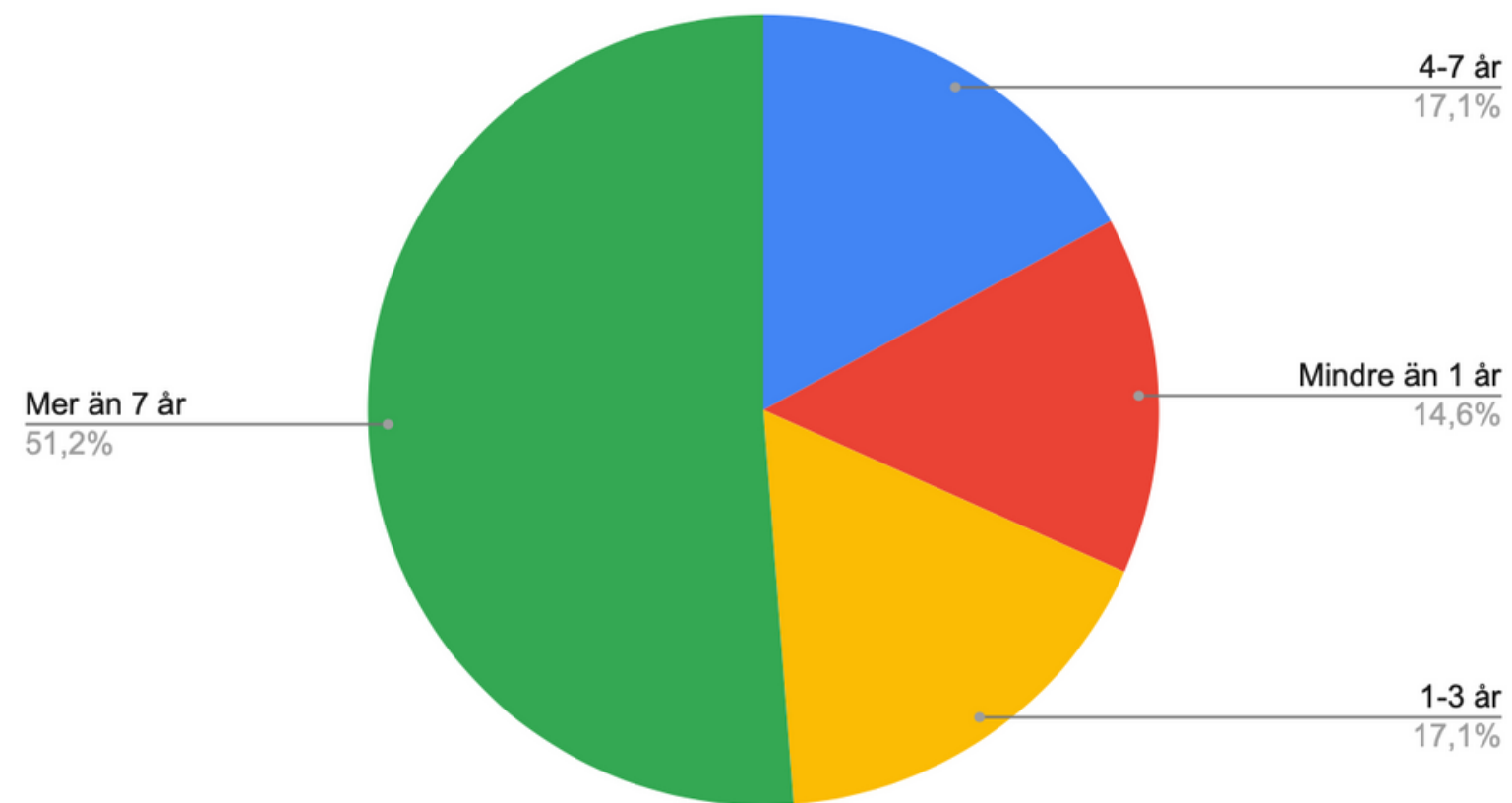


02.

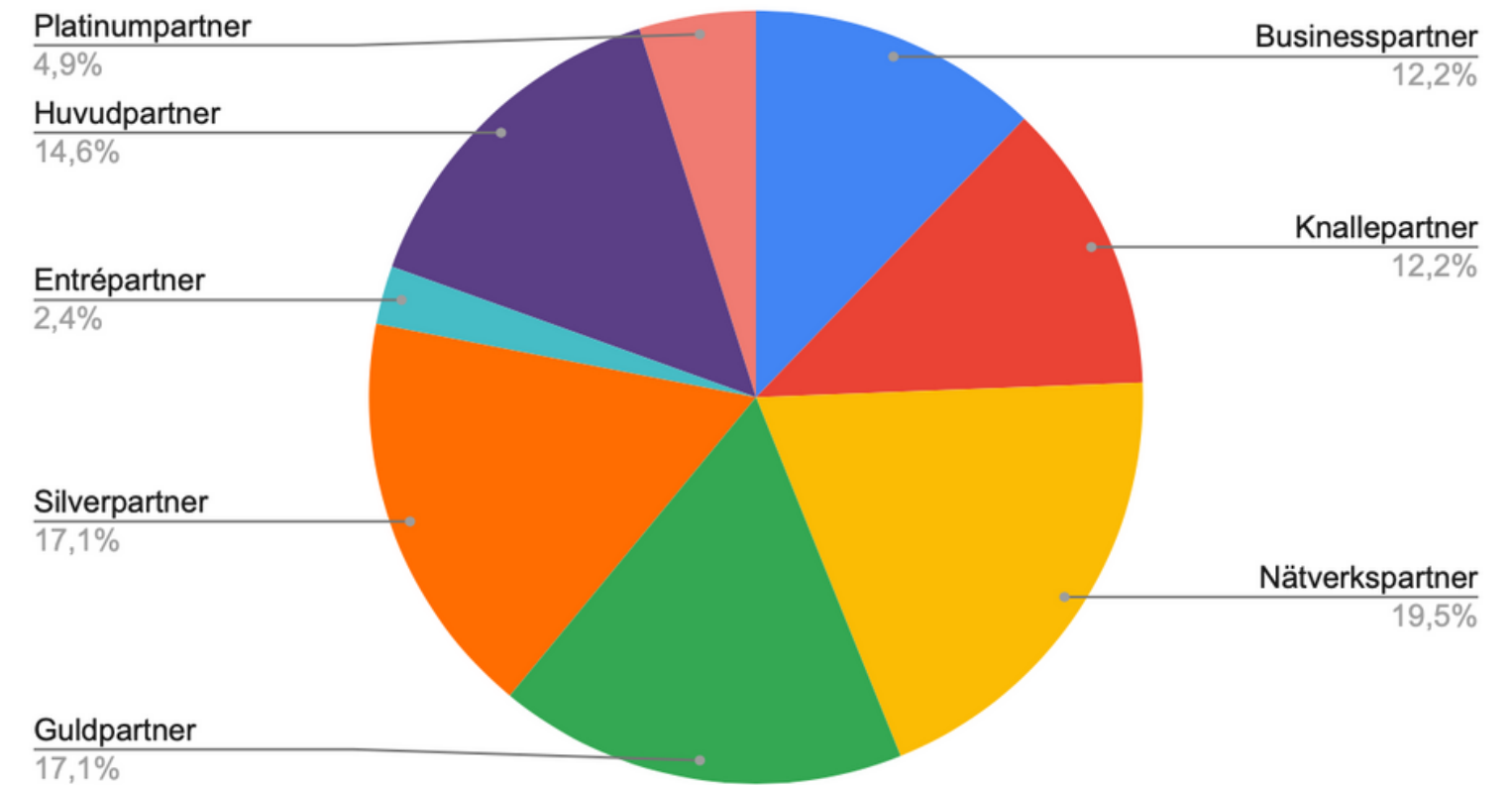
Enkäter

# Resultat - Enkäten

Hur länge har ni varit partner till IF Elfsborg?



Vilket partnerskap har ni idag?

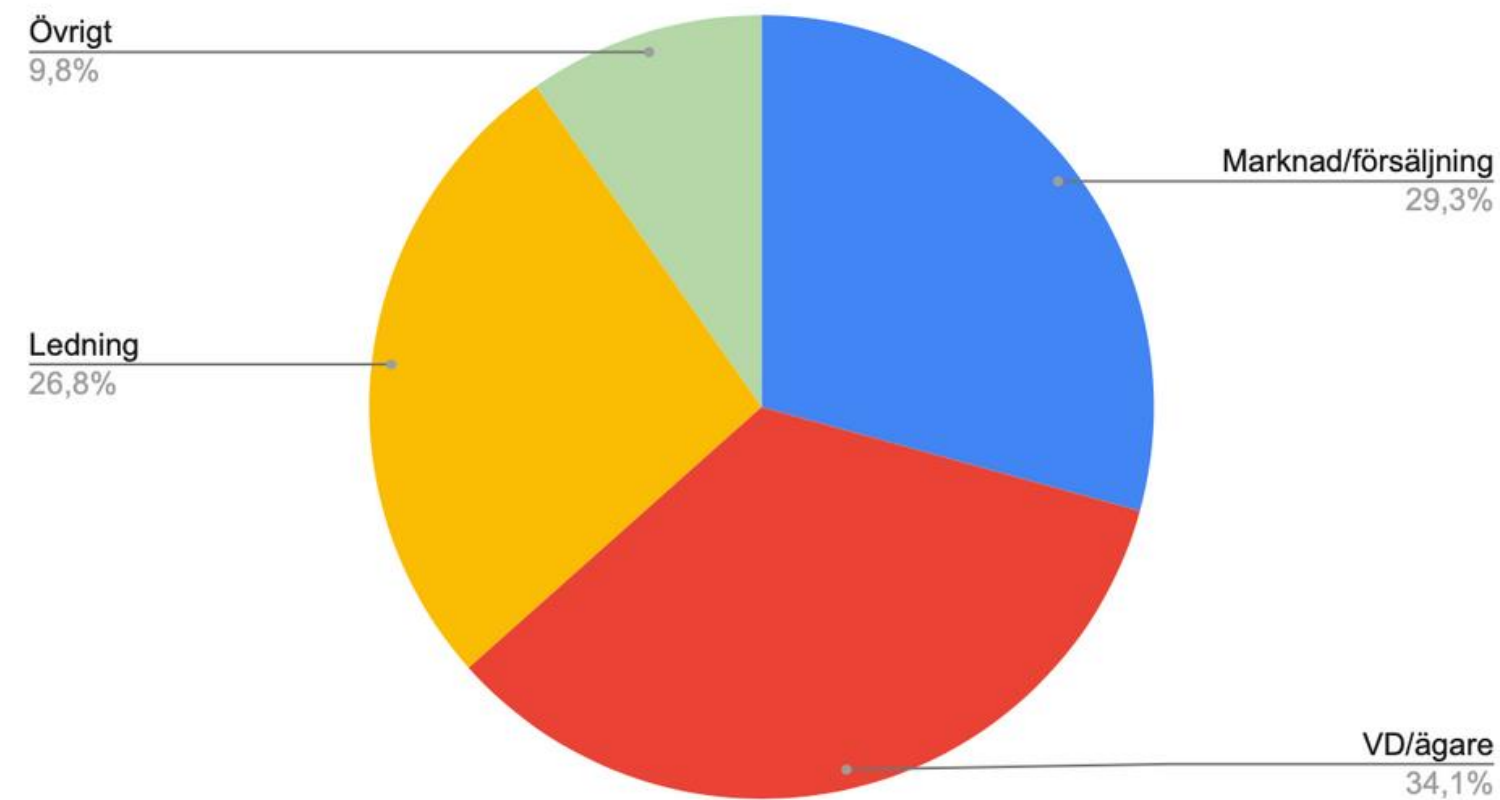




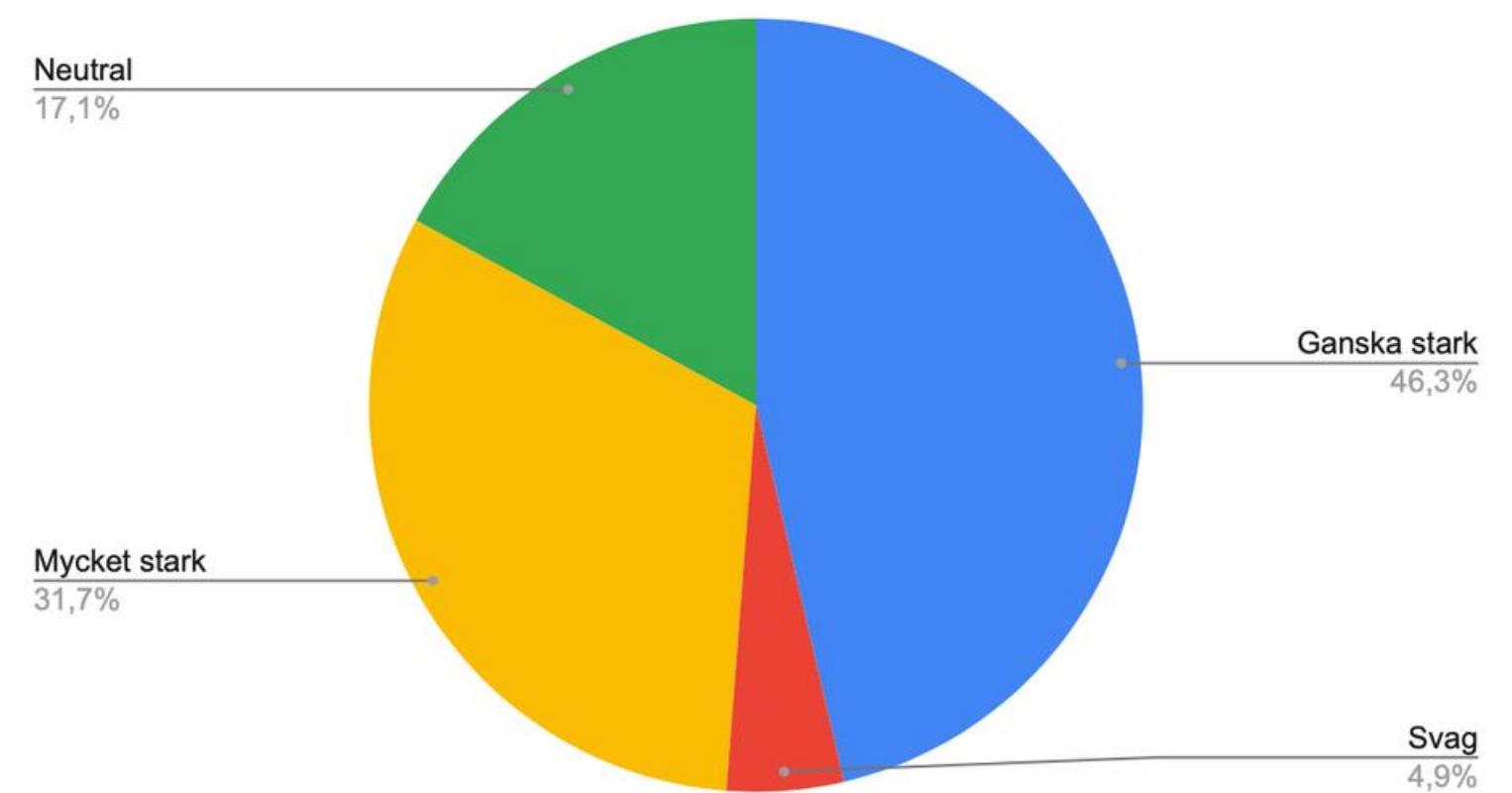
Enkäter

# Resultat - Enkäten

Vilken roll har du som fyller i enkäten?



Hur skulle ni beskriva er relation till IF Elfsborgs nätverk?





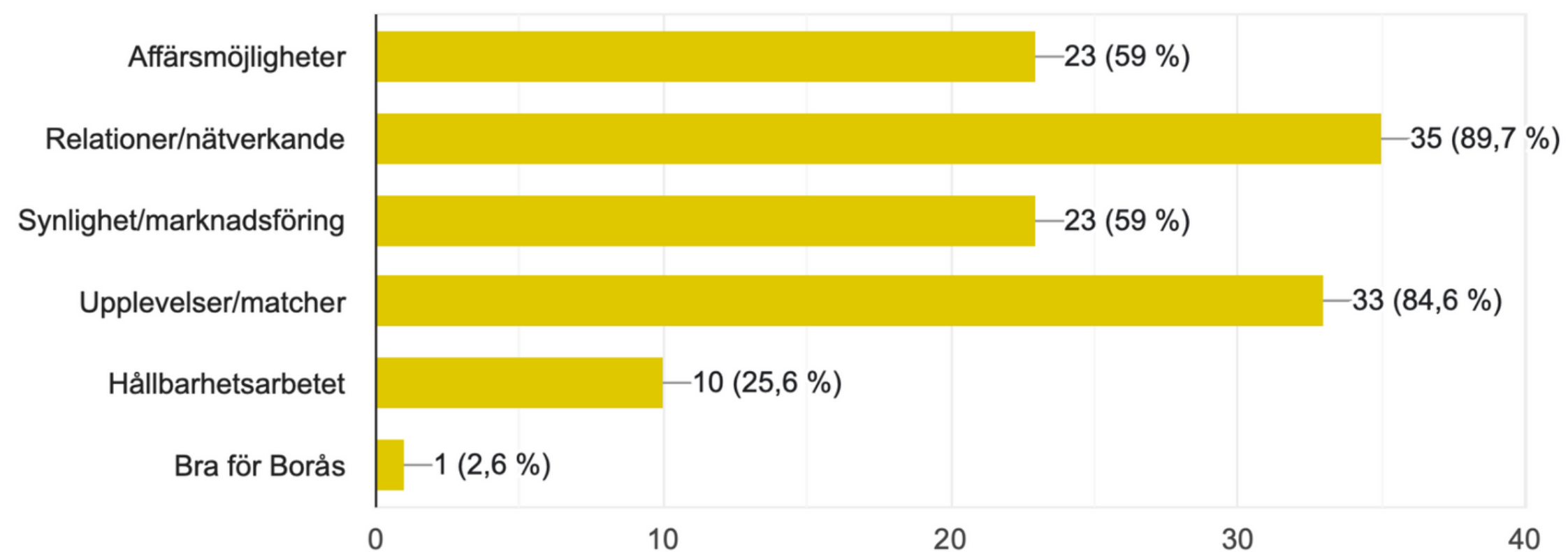
Enkäter



# Resultat - Enkäten

Vilka delar av partnerskapet uppskattar ni mest? (flera svar möjliga)

39 svar



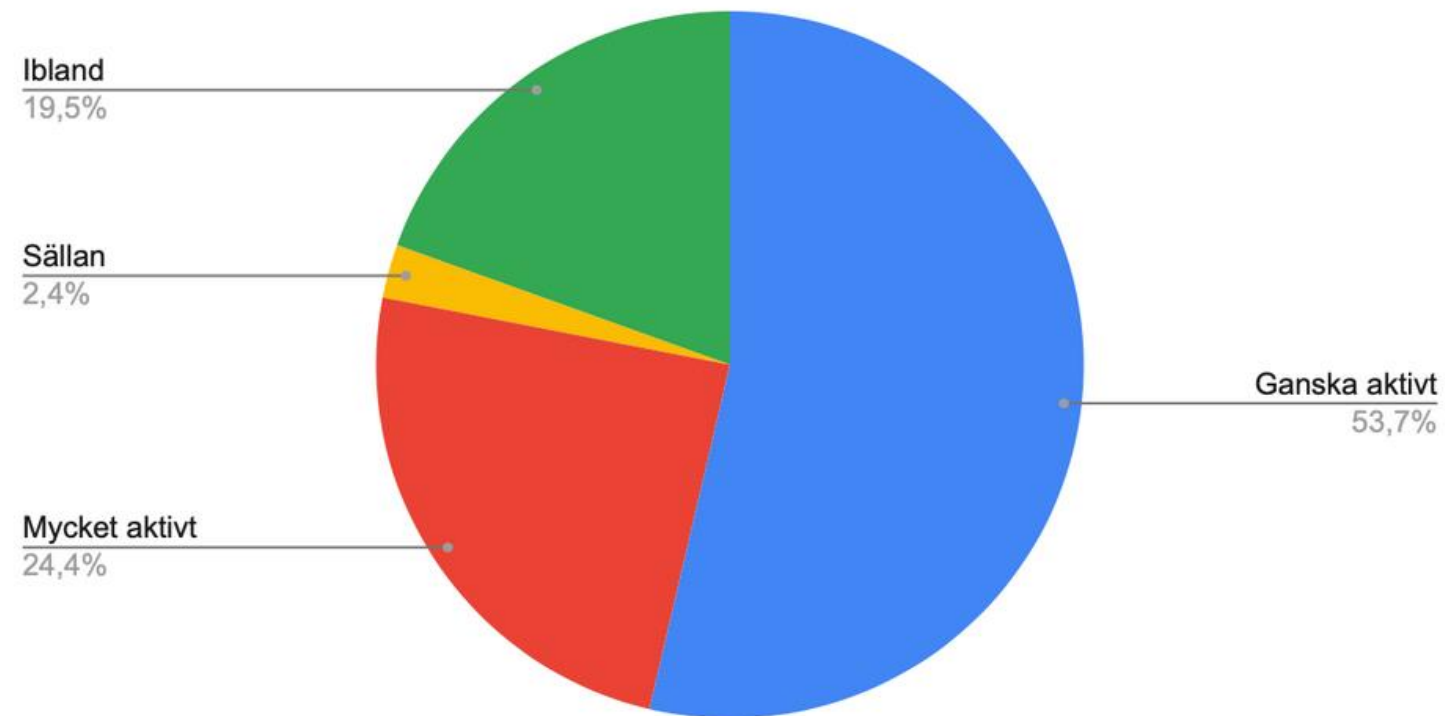


# 02.

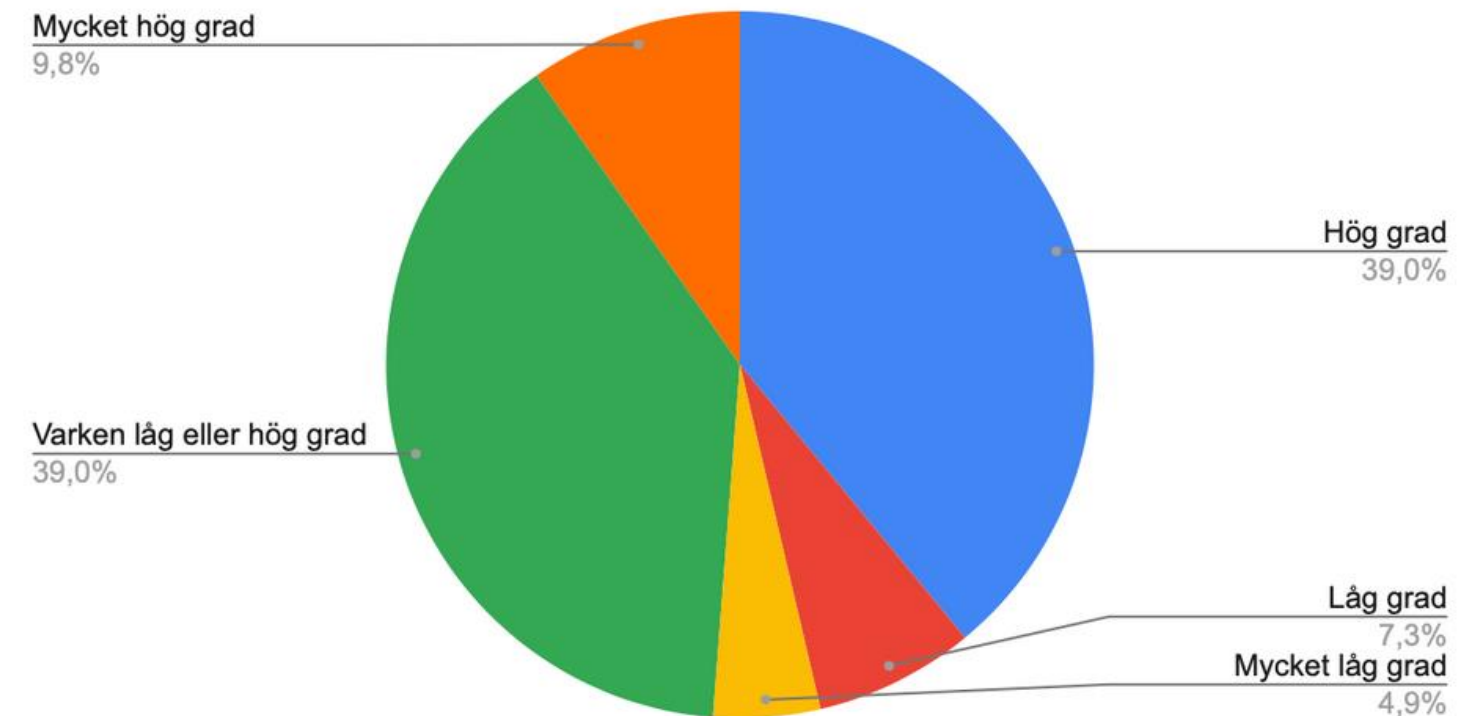
## Enkäter

# Resultat - Enkäten

Hur aktivt deltar ni i nätverkets aktiviteter (träffar, evenemang, matcher)?



I vilken grad upplever ni att nätverket bidrar till ert företags affärsnytta?





# 02.

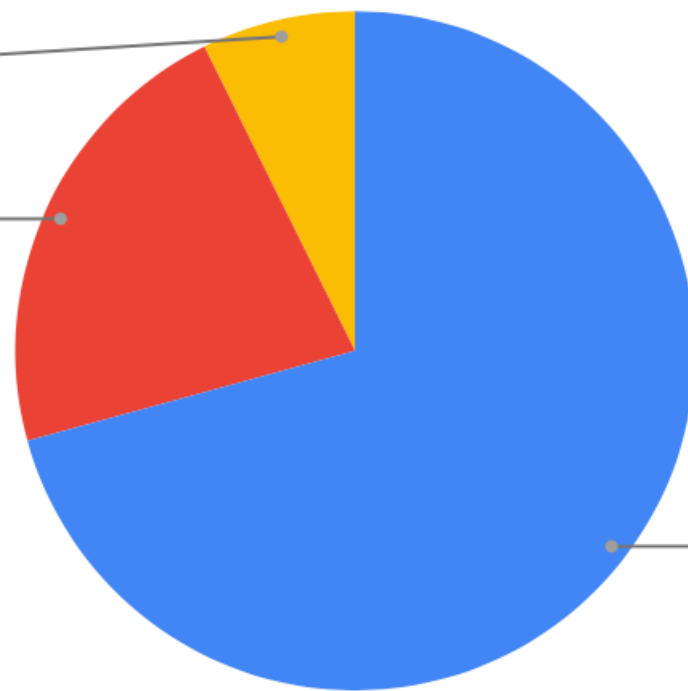
## Enkäter

# Resultat - Enkäten

Har det uppstått affärer för ert företag via nätverket under det senaste åren?

Osäkert/vill ej svara  
7,3%

Nej  
22,0%

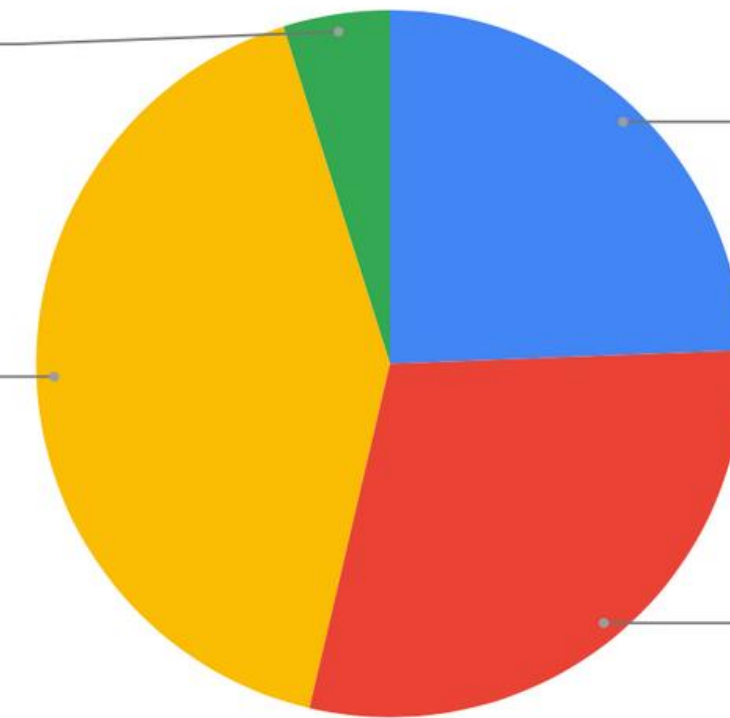


Ja  
70,7%

Hur många affärer uppskattar ni att nätverket har genererat det senaste åren?

Fler än 10  
4,9%

1-3  
41,5%



4-10  
24,4%

0  
29,3%



# Över 70%

## Nätverkets styrka

Analysen visar att IF Elfsborgs partnernätverk är en stark plattform som förenar affärer, relationer och upplevelser. Över 70 % av partnerföretagen i studien uppger att de har genererat affärer via nätverket, ofta genom konkreta projekt och samarbeten som skapats via möten, matcher och event. Den sociala mixen bygger förtroende och långsiktiga relationer – vilket i sin tur leder till affärer.



# Vad som skapar effekt

Studien visar att nätverket fungerar bäst när aktiviteterna är **meningsfulla, tematiska och kombinerar socialt och affärsmässigt innehåll**. Längre evenemang skapar djupare relationer, medan kortare aktiviteter får störst effekt när de kopplas till ett tydligt tema eller en konkret affärsmöjlighet.



Intervjuer



# Intervjuer

## *Intervjuer*

- Byggde på insikter från enkäten
- Frågorna utformades för att fördjupa förståelsen kring:
  - Affärer och samarbeten
  - Partnerskapets värde och nytta
  - Möjligheter till utveckling
- 17 företag intervjuades – från de största till de minsta i nätverket
- 4 elitklubbar intervjuades – 3 fotbollsklubbar och 1 ishockeyklubb

# 03.

## Intervjuer



# Intervjuer - företag

### Styrkor

- Nätverket fungerar bra för relationer, synlighet och lokal förankring.
- Viktigaste aktiviteterna: matchdagar, resor och event där tid tillsammans bygger relationer.
- Affärer uppstår ofta efter event, genom vidare kontakt.
- Många företag upplever nätverket som en stark plattform för kontakter och samarbeten.

### Utmaningar

- Rätt personer är inte alltid på plats (säljare istället för beslutsfattare).
- Företagen uttryckte att vissa aktiviteter kändes upprepade och utan tydligt affärsfokus. (De vill ha fler möten som kombinerar socialt umgänge med konkreta affärsmöjligheter, t.ex. föreläsningar, branschträffar eller affärsmatchning)
  - Längre och mer meningsfulla aktiviteter resor, helhetsupplevelser och längre event bygger djupare relationer och skapar förtroende som leder till affärer över tid.

### Citat

“Storstadsresan är ett exempel på en aktivitet som ger ett extra mervärde. Den erbjuder tid för fördjupade samtal och relationer i en annan miljö, vilket ofta leder till nya affärsmöjligheter. Samtidigt vill vi betona att alla aktiviteter är viktiga – det handlar om helheten och kontinuiteten.”

/Lars Högberg **Högbergs rör**

“Klubben kan lyfta sina partners tydligare och göra mer i Business Loungen för att skapa engagemang året runt.”

/Pär Jorstadius **RO-Gruppen**



03.

Intervjuer

# Intervjuer - elitklubbar

Örebro SK



Bordsplacering

Nära samarbete med sina partners

Partnerråd

Whiskyprovning, bastu, spelare (huvudpartners)

Halmstad BK



Undersökning - affärsvärde

Bordsplacering

Aktiviter: Grillskola (sommaravslutning),

Vinprovning inför match, Smakresan  
(sommaren)

Örgryte IS



Satsa på helheten: relationer + affärer + upplevelser.

Varierade mötesplatser

Partnerbörsen

Färjestad BK



Naturliga relationer - inga B2B

Kvinnliga nätverksträffar

Företagshockey

Stort Hjärta - Samhällesenagemang

Maskot - Privatmarknad



Intervjuer

# Partnerbörsen



## **Sociala och affärsrelaterade träffar:**

Partnerbörsen kombinerar affärsmöjligheter med sociala inslag i en avslappnad miljö. Cirka sex träffar per år arrangeras, där vissa tillfällen fokuserar på sociala aktiviteter och längre sessioner som skapar djupare relationer tillsammans med affärsmöterna.

## **B2B-möten i samband med nya avtal:**

Vid nya avtal som ska tecknas kan företagen bjuda in nya företag till Partnerbörsen för att delta i aktiviteterna, vilket inte bara skapar konkreta affärer utan även naturligt utökar nätverket.

## **Mötesgaranti och skräddarsydda kontakter:**

Deltagarna kan önska tre företag de vill träffa. Detta säkerställer att man får minst ett garanterat möte med ett företag man önskat, samt ett företag där någon själv har uttryckt intresse för att träffa dig. Modellen kräver noggrann planering, men ger ett tydligt mervärde för deltagarna. Varje träff begränsas till två representanter per företag och riktar sig främst till beslutsfattare, även om säljare kan delta vid behov.



**04.**

**Sammanställning**

**Det finns tre utvecklingsområden  
som jag har identifierat:**



# 04.

## Sammanställning

# Utvecklingsområden

## 01.

- *Tematiska och meningsfulla aktiviteter:*

Kombinera fler sociala möten med exempelvis föreläsningar, branschträffar eller affärsmatchning för att skapa tydligt mervärde.

## 02.

- *Partnerråd som brygga:*

Ett partnerråd kan fungera som kanal mellan nya och etablerade partners, ge feedback, planera aktiviteter och underlätta introduktion, vilket ökar engagemanget och säkerställer att nätverket utvecklas på ett relevant sätt.

## 03.

- *Kontinuerlig uppföljning och utveckling*

Utvärdera nätverket på naturliga sätt, exempelvis genom samtal med partners, reflektion efter event eller dialog i ett framtida partnerråd. Detta skapar en kultur av ständig förbättring utan att belasta företagen med formaliserade enkäter.

