

Lokal närvaro och  
global styrka

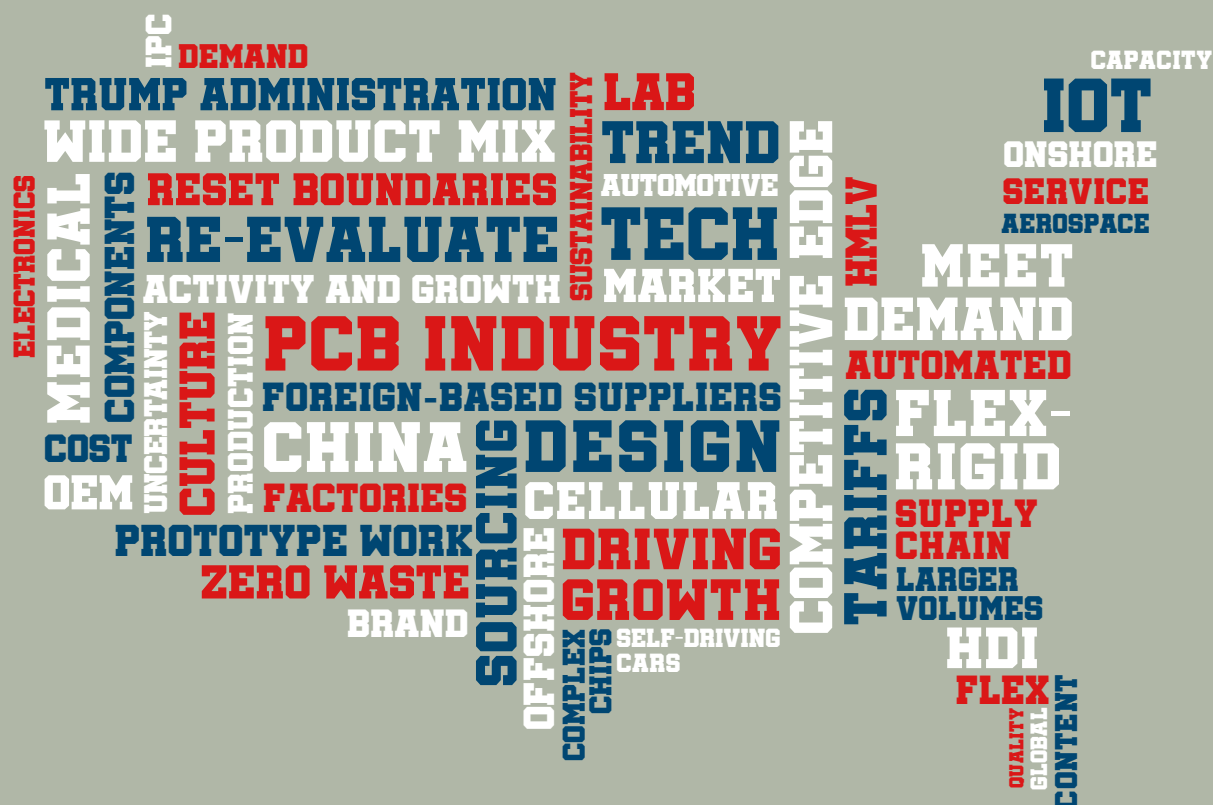
– NCAB Group i USA

#42018

# INFOCUS:

Spännande tider på den  
amerikanska marknaden

– vi blickar framåt



## Mönsterkortsbranschen i USA

– osäkra tider trots aktivitet och tillväxt



Det som driver den amerikanska mönsterkortsmarknaden framåt är medicekteknik och fordonsindustrin med självkörande bilar och liknande, flygindustrin, Internet of Things och mobiltelefoner.

Det har nu gått drygt sex år sedan NCAB Group etablerades i USA. Under denna tid har mycket hunnit hända och i detta nummer av nyhetsbrevet tar vi en närmare titt på den amerikanska marknaden som just nu präglas av stor osäkerhet.

För att få hjälp med analysen vände vi oss till branschveteranen Nolan Johnson, som efter tre årtionden inom elektronikdesign och -tillverkning numera är chefredaktör för det branschspecialiserade mediehuset I-Connect007.

#### **Vilka har varit de tongivande trenderna i den amerikanska mönsterkortsindustrin sedan NCAB etablerade sig 2012?**

– Talar vi om tekniska trender har det skett en stadig utveckling mot mer HDI-teknik. Med produkter som blir allt mindre och mer komplexa så går det oftast inte att välja något annat än HDI. En annan viktig trend som driver tillverkningsmarknaden är behovet av fler flexibla och flex-rigida mönsterkort, vilket beror på att alltmer av konsumentelektroniken ska gå att bära på kroppen.

– När det gäller sourcing så möts vi av en rätt blandad bild. Vissa företag vänder sig i högre grad till tillverkare utomlands, i synnerhet när det handlar om större volymer och längre ledtider. När det gäller mindre volymer finns ingen tydlig trend, precis som för elektronik-tillverkning i allmänhet. Kina axlar nu alltmer rollen som global branschledare när det gäller kompetens och infrastruktur, men med de pågående tarifferna minskar prisklyftan. Tillgången på komponenter styr också var mönsterkortet tillverkas, då de tillverkas på samma ställen som komponenterna.

#### **Hur ser det ut för den närmaste framtiden?**

– Vi lever i en tid präglad av stor osäkerhet. De amerikanska tarifferna har rört om saker och ting och orsakar problem i industrins försörjningskedja. Det finns ingen enighet i branschen kring hur det förändrade läget bäst ska hanteras. Ingen vet med säkerhet hur handeln kommer att utvecklas och konsekvensen är en stor osäkerhet kring sourcing.

– En effekt av den allmänna osäkerheten tror jag är att aktörer som NCAB får en konkurrensfördel. Ett designteam som tittar på sourcing av elektronik i dag måste nagelfara och jämföra alternativen för uppköp och planering. Om kostnader för tillverkning i Kina stiger är det viktigt att ha kontroll över sin leverantörskedja. Då finns det mycket som talar för att istället vända sig till någon som NCAB. Mönsterkorts-



**”En effekt av den allmänna osäkerheten på den amerikanska marknaden tror jag är att aktörer som NCAB får en konkurrensfördel.”**

**NOLAN JOHNSON,  
CHEFREDAKTÖR, I-CONNECT007**

köparen kan då ägna sig åt designen och låta någon annan oroa sig om huruvida tillverkningen ska flyttas från en plats till en annan.

#### **Hur utvecklas den amerikanska marknaden för mönsterkort och vad driver tillväxten?**

– Det finns en känsla av aktivitet och tillväxt. Tillverkare som lyckas möta efterfrågan på ett bra sätt växer, medan andra tvärtom har problem. Det som driver marknaden är medicekteknik och fordonsindustrin med självkörande bilar och liknande, flygindustrin, IoT (Internet of Things) och, som alltid, mobiltelefoner.

#### **Vad skulle effekten vara på den amerikanska elektronikbranschen av ett eventuellt internationellt handelskrig?**

– Det är en bra fråga som väl ingen har något säkert svar på. I dessa osäkra tider är det enda man kan göra att spekulera. Ett läger inom branschen är positiv till den hårda amerikanska linjen och vill återupprätta gränserna. Det finns företag som omvärderar sina tidigare sourcing-val och flyttar tillbaka produktion till USA.

– Den viktigaste effekten tror jag dock är det jag var inne på tidigare, att dynamiken i situationen nu gör att elektronikföretag går igenom sina leveranskedjor, utvärderar allt och ifrågasätter vad de har gjort hittills. Trenden är därför att sourcing just nu sker projekt för projekt. Det är svårt att uttala sig om effekter på olika branschsektorer.

**Går det att säga något generellt om trender vad gäller outsourcing, offshore- och onshore-tillverkning?**

– Trenderna går isär. När det gäller tillverkning i Asien så handlar det alltid om ekonomi. Nyttan är nästan alltid kopplad till kostnadsmarginaler eller logistik. Dels kostar tillverkningen mindre och dels är det, som tidigare nämnts, viljan att tillverka mönsterkort i närheten av där komponenter tillverkas.

– Enskilda företag har värderingsmässiga grunder för valet att tillverka i USA. De vill helt enkelt tillverka allt inom landet. Men andra tänker inte så. Inte minst har företag med en global närvaro ett annat sätt att se på saken. I och med att allt ifrågasätts i dagens situation, kommer vissa företag också fram till att det inte är ekonomiskt lönsamt för dem att tillverka i USA. Kanske inser de att de får bättre flexibilitet och prisstabilitet från någon som NCAB. Min poäng är att dagens dynamik helt enkelt får amerikanska mönsterkorts-kunder att se över sina kostnadsberäkningar.

**”Vi ser också att hållbarhet är viktigt för många köpare av mönsterkort. Man frågar hur gröna fabriker är och hur till exempel konfliktmineraller hanteras.”**

**NOLAN JOHNSON, CHEFREDAKTÖR, I-CONNECT007**

**Hur ser status ut för tillverkningen av mönsterkort i USA?**

– I vårt oktobernummer av magasinet PCB007 visar vi upp en ny fabrik i New Hampshire som är helt automatiserad, utrustad med den senaste tekniken för tillverkning av avancerade HDI-prototyper. Det är ett exempel på hur mönsterkortstillverkningen i allmänhet borde se ut i USA. Problemet är att detta inte är normen. Tillverkningsindustrin har inte utvecklats tillnärmelsevis lika mycket som den borde och infrastrukturen är gammal. Den tekniska klyftan gör att konstruktörer vänder sig utomlands eller till företag som NCAB, som kan hitta rätt fabrik för dem.

– Ytterligare ett problem är kompetensförsörjningen. IPC uppmanar nyutexaminerade högskolestudenter att söka sig till mönsterkortsbranschen. Det finns en stor grupp över 50 år som gör sig redo att dra sig tillbaka och inte tillräckligt många kunniga att ta över efter dem. I allmänhet är folk i branschen antingen över 50 eller under 30, vilket är oroande. Vissa fabriker kan komma att stänga ner bara på grund av



Ett problem för många mönsterkorts-företag i USA är kompetensförsörjningen. Det finns en stor grupp med lång erfarenhet av branschen men inte tillräckligt många kunniga som kan ta över. Därför uppmanar IPC nyutexaminerade högskolestudenter att söka sig till mönsterkortsbranschen.

kompetensbrist. Så detta adderar ytterligare ett moment av osäkerhet.

– För 12-15 år sedan fanns det cirka 850 tillverkningsenheter godkända av IPC, av vilka många var små och lokala. Detta antal har konsoliderats och minskat och inom fyra-fem år tror jag att bara 250 stycken kommer att finnas kvar. Trycket på dem kommer inte bara av ekonomisk press från fabriker i Asien, utan också på bristande investeringsvilja och problemen med kompetensförsörjning som jag redan nämnt.

**I vilken mån är hållbarhet på mönsterkortbranschens agenda i USA?**

– I motsats till det man hör i den dagliga politiken finns hållbarhet definitivt på agendan. Nya anläggningar byggs med hållbarhet för ögonen. Titta bara på fabriken i New Hampshire som jag redan har nämnt. Där har man lyckats införa noll avfall och noll föroreningar i avloppsvattnet. Det är en anläggning som visar att detta går att göra och hur man ska göra det. I New Hampshire generellt finns det också flera gröna nollavfallsanläggningar.

– Vi ser också att hållbarhet är viktigt för många köpare av mönsterkort. Man frågar hur gröna fabriker är och hur till exempel konfliktmineraller hanteras. Fast jag skulle säga att pris fortfarande är en viktigare faktor än miljöprestanda. Det hoppfulla är att om man gör sin läxa och sätter upp en hållbar anläggning med noll avfall, så blir den också effektivare totalt sett och i längden billigare än att använda det gamla sättet att göra saker.



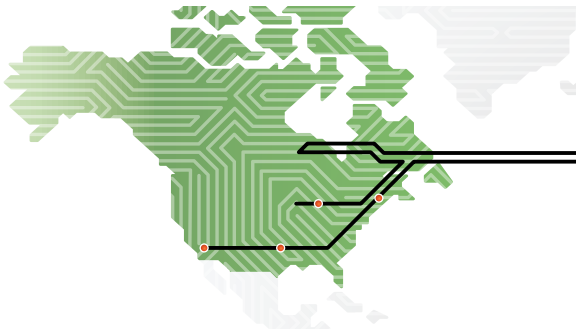
Hållbarhetsaspekten börjar bli viktigare för amerikanska mönsterkorts-köpare, man intresserar sig för hur gröna fabriker är och hur till exempel konfliktmineraller hanteras. Fortfarande är dock priset en viktigare faktor.

## Lokal närvaro och global styrka

Sedan starten 2012 i Hampstead, New Hampshire på den amerikanska östkusten har NCAB Group etablerat sig runtom i USA. Överallt kan kunderna dra fördel av NCAB:s stora köpkraft, höga service-nivå och omfattande factory management. Martin Magnusson, VD för NCAB Group USA, ser trots osäkerheter på marknaden en ljus framtid för NCAB i Nordamerika.

### Vad har hänt för NCAB under de sex år som ni har varit etablerade i USA?

– NCAB Groups etablering startade med köpet av PD Circuits 2012. Det blev på många sätt en enkel integration i och med att det bolaget var ganska likt NCAB. Vi hade mer eller mindre samma affärsmodell, typ av kunder och factory management på plats i Kina. Det som skiljde åt var att de hade få egna säljare och ett stort nätverk av indirekt försäljning genom säljrepresentanter. Det har vi systematiskt ändrat på och anställt fler egna säljare, men även behållit en hel del indirekt försäljning, i synnerhet i regioner där vi inte har egen närvaro.



NCAB Group har idag kontor på fyra platser i USA, men ser en potential att öka sin närvaro i ytterligare regioner. – Precis som i Europa krävs det lokal närvaro i USA då affärer ofta görs lokalt. Vi planerar därför att sätta upp nya säljkontor för att ge våra kunder den bästa serviceupplevelsen, säger Martin Magnusson, VD NCAB Group USA.

– År 2014 utökade vi vår amerikanska närvaro till Chicagoregionen genom köpet av M-Waves mönsterkortsdel i Itasca, Illinois. Här var strukturen på bolagets kunder tämligen olik PD Circuits, vilket gjorde att integrationen blev mer utmanande. Den del av verksamheten



**”Vi har arbetat mycket med att bygga en kultur av själv-bestämmande och motivera medarbetare att se möjligheterna till tillväxt och ta varje chans att förverkliga dem.”**

**MARTIN MAGNUSSON,  
PRESIDENT, NCAB GROUP USA**

som byggde på leverans av stora volymer av enklare kort har fasats ut till förmån för mer av NCAB:s huvudsakliga verksamhet som är inriktad på det så kallade HMLV-segmentet (High-Mix, Low-Volume).

– Innan köpet av M-Wave etablerade vi vårt första säljkontor i Vancouver, Washington som gränsar till Portland, Oregon. Det har följts av ytterligare två egna säljkontor i Dallas, Texas och Los Angeles, Kalifornien. Dessa är rena säljkontor för att säkra vår närvaro i form av kundsupport, försäljning och teknik i viktiga regioner, medan vi på kontoren i New Hampshire och Chicago, utöver dessa områden även har kvalitetskontroll, labb och lagerhållning.

– Vi är nu inriktade på ytterligare tillväxt. USA är en marknad med stor potential och goda förutsättningar för oss. För att nå framgång här behöver man förstå att det är ett stort land som består av 50 delstater som varierar väldigt mycket. Precis som i Europa krävs det lokal närvaro i USA då affärer ofta görs lokalt. Vi planerar därför för att sätta upp nya säljkontor för att ge våra kunder den bästa serviceupplevelsen.



På två av NCABs amerikanska kontor, New Hampshire och Chicago, finns egna labb med utrustning för att utföra inspektioner av bland annat utfallsprover (first article inspection).



På bilden: Wendy Liu, Quality Manager NCAB Group China, genomför en audit på Suntaink, Jiangmen i Kina. – Genom vår köpkraft och vår factory management på plats i Kina får våra kunder en högre prioritet hos fabriker, säger Martin Magnusson, VD för NCAB Group USA.

### Vad har varit de största utmaningarna för NCAB?

– En utmaning har varit att det finns ett annat perspektiv på ledarskap här. Vi är ett svenskt, värderingsstyrt bolag som bygger på att alla vet vart vi ska och tar stort eget ansvar. Vi har arbetat mycket med att bygga en kultur av självbestämmande och motivera medarbetare att se möjligheterna till tillväxt och ta varje chans att förverkliga dem. Vi har också jobbat med att bygga vårt varumärke internt och till exempel gjort kontoren lika dem i Europa.

– Den största utmaningen för oss är, precis som i resten av branschen, att hitta och behålla rätt kompetens. Utvecklingen i USA har under våra år här gått mot en mycket låg arbetslöshet vilket har gjort rätt bemanning till företagets största utmaning överlag. För nischad kompetens som den vi behöver är det extra besvärligt. Ett sätt att hantera detta är att anställa unga talanger som kan lära sig av äldre kollegor.

**”Höjs tarifferna till 25 procent blir det jobbigare för branschen. Samtidigt kommer höjningen inte att få tillbaka mönsterkortsproduktion till USA i någon större utsträckning.”**

**MARTIN MAGNUSSON, PRESIDENT, NCAB GROUP USA**

### Hur ser du att den politiska och ekonomiska utvecklingen i USA har påverkat NCAB och elektronikbranschen?

– Till att börja med kan man konstatera att ekonomin går bra. Tillväxten och inflationen är höga, arbetslösheten, som sagt, låg. Samtidigt finns ett orosmoln i ett växande federalt budgetunderskott. Frågan är hur det går på längre sikt. Recessionen kommer, frågan är när och hur. Samtidigt är jag övertygad om att NCAB kommer att stå starkt genom vår lokala närvaro i kombination med överlägsen service, kunskap och kvalitet.

– Tittar man specifikt på tarifferna som har införts på handeln med Kina så skulle jag säga att hur det utvecklas blir den största enskilda faktorn som kommer att bestämma hur det går för NCAB, för våra kunder och för hela landet. För mönsterkort specifikt innebär tullarna på 10 procent att NCAB lägger till 7,52 procent som enskild post på våra fakturor. Jag tycker att det är viktigt att påpeka att själva mönsterkortet inte har blivit dyrare, industrin måste se detta som en tariff och inget annat.

– Höjs tarifferna till 25 procent blir det jobbigare för branschen. Samtidigt kommer höjningen inte att få tillbaka mönsterkortsproduktion till USA i någon större utsträckning. Här finns inte kapaciteten för större volymer. Samtidigt saknas investeringsviljan eftersom tullarna snabbt kan avskaffas genom en ändrad politik. Vad som kommer att hända vid ett handelskrig är istället att konsumenterna får ta smällen. Det är vare sig jobbskapande eller bra för amerikansk ekonomi.

– För många bolag blir kassaflödet det stora problemet med 25-procentiga tariff. Alla kommer att ligga ute med mer pengar innan de kan fakturera sina kostnader vidare. Det kommer att skapa likviditetsproblem för många mindre bolag. För en finansiellt stark, börsnoterad aktör som NCAB kan det däremot innebära nya möjligheter.

– Vi försöker att se konstruktivt på vad som än händer. Vi kan alltid erbjuda alternativet att producera i USA, men prisbilden kommer inte att bli särskilt attraktiv. Tarifferna skapar också oreda och en djungel av alternativ där det kan bli ett mervärde för många kunder att slippa hela problematiken, vilket kan gynna oss. Sedan tror jag att det även med höga tariff kommer att sluta med att Kina bevarar sin konkurrenskraft vad gäller både elektronik i allmänhet och mönsterkort specifikt.

### Hur ser du på framtiden?

– Jag ser att NCAB har en väldigt bra position på marknaden. Vi är lokalt närvarande i USA, men kan ge våra kunder bättre priser, kvalitet och service än våra lokala konkurrenter. Genom vår köpkraft och vår factory management på plats i Kina får kunderna en annan prioritet hos fabriker. Att själv gå direkt till Kina är inte ett bra alternativ för den kategori av kunder vi fokuserar på. Kinesiska företag med säljkontor i USA riktar sig mot kunder med stora volymer och de amerikanska tillverkare som startat egen outsourcingverksamhet i Kina har svårt att göra det vi gör lika bra.

– Outsourcing-trenden drivs på ytterligare av branschens problem med kompetensförsörjningen. NCAB kan dra fördel av vår globala kompetens, inte minst i Kina. Vad vi framför allt behöver göra är att växa ännu mer. Ju större vi är, desto större synergieffekter och desto större trygghet kan kunderna känna. För att nå dit anstränger vi oss för att bli ett känt namn på den nordamerikanska marknaden. Med rätt marknadsförande och vårdande kundrelationer kommer vi inom fem år att vara ett mycket större bolag här än i dag.

## Vi bad två av NCAB:s duktiga och erfarna amerikanska medarbetare ge sin bild av utvecklingen i USA genom att be dem svara på två frågor:



### USA

#### CONNIE HERRING

General Manager, NCAB Group USA West division

#### Vad har i ditt tycke varit viktigast i utvecklingen av den amerikanska mönsterkortsmarknaden sedan NCAB etablerade sig här 2012?

– Sedan 2012 har konkurrenssituationen förändrats mycket. Politiken påverkar mycket mer nu än under tidigare amerikanska presidenter. Att politiken blandar sig i är något nytt för vår bransch och har lett till viss osäkerhet i en redan försvagad amerikansk marknad.

– Tillverkare i USA förlorar i kampen om att bidra till samarbetet kring tillverkningsutrustning och råmaterial. Det mesta av denna aktivitet är nu baserad i Asien.

– För att möta krav på dagens marknad måste leverantören av mönsterkort ha tillgång till ett komplext nätverk av kompetens för att kunna addera värde. Kvalitet nämns sällan, dialogen fokuserar mer på värdeadderad inklusive tidig involvering av ingenjörer, designutveckling, materialval och stöd kring tillverkningsanpassad konstruktion (DFM), för att bara nämna några saker. Allt detta och mer därtill förväntas nu en leverantör kunna hjälpa till med.

– Ser vi till konkurrensen har nästan alla amerikanska mönsterkortstillverkare, i ett desperat försök att förbli aktörer att räkna med, också blivit någon form av traders. Marknaden uppvisar ett ogrundat förtroende för denna modell. Kunder tror att dessa aktörer vet vad de håller på med, men den stora majoriteten av dem har ingen lista över godkända tillverkare eller någon egen övervakning av dessa. Därför har kvalitetsfrågor återigen kommit upp på agendan.

– Det blir ännu värdefullare för kunderna med leverantörer som fokuserar på kvalitativa relationer med fabriker och på att begränsa riskerna för en traditionell relation mellan "låga kostnader och låga kvalitetsförväntningar".

#### Vilka är dina viktigaste förväntningar inför kommande år när det gäller den amerikanska mönsterkortsmarknaden?

– När elektronikbaserade produkter fortsätter att växa, så kommer marknaden för det som används i dem också att växa. Den intressanta ekvationen att få ihop är om det kommer att finnas tillräckligt med kapacitet för att stödja forskning och utveckling inom USA med den snabba tillväxten av den militära sektorn som USA nu upplever.

– Amerikanska mönsterkortstillverkare är inte längre uppdelade i kommersiella eller militära, många är certifierade för bägge delarna. Den militära sektorn har vuxit och nu har kapaciteten blivit begränsad i konkurrensen mellan de tre största amerikanska leverantörerna. Om OEM-tillverkare blir tvungna att vänja sig vid längre ledtider när inköp måste göras utanför USA så kan en ny prisbild etableras för snabba leveranser och förändra den amerikanska marknaden för all framtid.



### USA

#### WAYNE ANTAL

Key Account Manager, NCAB Group USA Eastern division

#### Vad har i ditt tycke varit viktigast i utvecklingen av den amerikanska mönsterkortsmarknaden sedan NCAB etablerade sig här 2012?

– Två mycket betydelsefulla saker som hänt har dominerat marknaden och resulterat i ett förändrat landskap när det gäller inköpskanalerna inom mönsterkortsbranschen. För det första har många kinesiska mönsterkortsfabriker etablerat sig direkt på marknaden i USA. Det är inget nytt i sig med denna typ av direktförsäljning till amerikanska kunder, men tidigare var det bara de allra största fabriker som gjorde det. Nu etablerar flera fabriker säljkontor på alla stora marknader i USA. Det förändrar dock inte principen att det finns inneboende risker med att köpa direkt från fabriker för kunder i segmentet high-mix, low-to-medium volume, eftersom dessa kunder saknar den nödvändiga köpkraften.

– Den andra stora händelsen är den tariff på 10 procent som den amerikanska regeringen har infört för alla mönsterkort som importerats från Kina och som riskerar att höjas till 25 procent om inte handelskonflikten löses innan 1 mars 2019. Oavsett vilken åsikt man har om konflikten måste man konstatera att tullpolitiken inte bara kommer att påverka kostnaderna för amerikanska konsumenter för varor som säljs i USA, utan också hur och var dessa produkter tillverkas och monteras. Det gäller även mönsterkort. Det här gör att alla elektronik tillverkare i USA måste omvärdera sina totala produktionskostnader.

– Det öppnas också en del möjligheter för NCAB genom den pågående handelskonflikten. På grund av tariffernas negativa påverkan på kassaflödet för den enskilda organisationen, så har mellanstora mönsterkorts köpare börjat se över sina handlingsalternativ och blivit mer intresserade av att köpa indirekt.

#### Vilka är dina viktigaste förväntningar inför kommande år när det gäller den amerikanska mönsterkortsmarknaden?

– Jag tror att den politiska viljan att bibehålla tullarna kommer att försvinna under 2019, när konsumenterna börjar känna av deras effekt samtidigt som nästa presidentval närmar sig.

– För det andra förväntar jag mig att teknikutvecklingen mot alltmer användning av flex-, flex-rigida och HDI-konstruktioner gör att behovet av närmare relationer mellan tekniska team kommer att bli större. Det kommer att skapa möjligheter för leverantörer med tydligt fokus på sömlös produktion att vinna marknadsandelar. Trender att outsourca konstruktions- och teknikroller för att minska kostnaderna kommer att ytterligare stärka fördelarna med att vara "lokal gentemot kunden".

– När det sunda förnuftet åter råder så kommer den amerikanska marknaden att stabiliseras och återvända till sin normala tillväxtkurva. Avslutningsvis bevarar USA-marknaden sin potential när det gäller att vinna marknadsandelar trots den pågående politiska storm vi i dag befinner oss i. Jag förväntar mig att NCAB kommer att ha en stor del i denna tillväxt.

# Spännande tider på den amerikanska marknaden

HANS STÅHL  
CEO NCAB GROUP



I detta nummer av vårt nyhetsbrev tar vi oss över Atlanten till USA - möjligheternas land. USA är en enorm marknad och det är lätt att göra misstaget att betrakta USA som ett land och en marknad. Men landet består av många stater där man i många fall bara gör affärer lokalt. Alltså gäller det för oss att finnas nära kunderna för att ge dem maximalt stöd i att säkerställa mönsterkortsleveransen.

Vi kan även läsa om den stora utslagningen av fabriker som sker i USA, likaväl som i Europa. Behovet av en leverantör som kan

leverera en bred produktmix ökar dagligen.

Sist men inte minst, är det extra spännande med den pågående handelskonflikten – eller kanske rättare sagt de taktiska drag som Kina och USA ägnar sig åt för att få ett så bra förhandlingsläge som möjligt. Jag tror att man kommer att komma överens och att vi kommer att slippa de tariffer på 25 procent som Trump-administrationen hotar med. Kina kommer också att få göra eftergifter som till slut gagnar den frihandel som är grunden till ett ökat globalt välstånd.



## NCAB Group i sociala medier

För att få de senaste nyheterna från NCAB, följ oss gärna på Twitter, LinkedIn, och YouTube och läs vår

blogg där vi fördjupar oss i mönsterkortens mångsidiga värld!

» [Twitter](#) » [LinkedIn](#) » [Blog](#) » [YouTube](#)

## Bli en av oss!

Vi letar alltid efter kompetenta medarbetare. Är du en duktig tekniker, Customer Support eller

Key Account Manager, tveka inte att kontakta oss eller skicka ditt CV till: [career@ncabgroup.com](mailto:career@ncabgroup.com)

## Tidigare ämnen vi belyst

Läs gärna våra tidigare nyhetsbrev. Du hittar alla nyhetsbrev på vår webb: [www.ncabgroup.com/newsroom/](http://www.ncabgroup.com/newsroom/)

### » Mer avancerade kort och kortare produktlivscykler

2018 10 23 | NYHETSBRV 3 2018

### » En bättre framtid

2018 06 18 | NYHETSBRV 2 2018

### » Factory management

2018 04 12 | NYHETSBRV 1 2018

### » Mer elektronik på mindre volym

2017 12 15 | NYHETSBRV 4 2017

### » Hållbara affärer

2017 10 25 | NYHETSBRV 3 2017

### » Mönsterkortsindustrin i Asien

2017 06 29 | NYHETSBRV 2 2017

## Skriver vi om rätt ämnen?

Vi letar ständigt efter intressanta ämnen att fördjupa oss i. Har du en tanke om vad du skulle vilja läsa mer om eller synpunkter kring det vi skrivit? Hör gärna av dig till oss och berätta mer.

Mejla [sanna.magnusson@ncabgroup.com](mailto:sanna.magnusson@ncabgroup.com)