

Velkommen til AJKS' workshop

Opstartsplan, salg og pitch



A light blue graphic of two hands holding a sun. The sun is composed of a central circle and several radiating lines. The hands are positioned below the sun, with fingers pointing upwards as if supporting it. The entire graphic is centered on the slide.

Hvorfor?

- Sæt rammen for din forretning og kom godt fra start!
- Desto skarpere du er på dit produkt, dets værdi og din målgruppes behov, desto nemmere bliver salgsprocessen.

Formål!

- Mange medlemmer oplever, at de har svært ved at sælge "sig selv". Salg opleves som at skulle forstyrre og pådutte andre noget.
- *Re-frame* den klassiske forståelse af **salg**, og skærpe dit **pitch** ved at skabe en større bevidsthed om, hvad der er dine 'produkter', dine styrker og hvem, der er dine målgrupper.

Dagens program

Opstartsplan:

- Drivers
- Produkt/Ydelse/service
- Marked/målgruppe
- Prisfastsættelse/Økonomi
- To do

Pitch & Salg

- Pitch
- Salg

Tanker og teorier

Metoder og *tools*

Hvem er vi?



Søren Cronwald – AJKS, Karriere & Kommunikation

- 8 års erfaring med medier, marketing og salg. Arbejdet på GroupM bureauerne Mediacom og MEC:mediaedge og på medier som SBS og ClearChannel.
- 9 års erfaring med arbejdsmarked og beskæftigelse i konsulent og projektlederroller hos AS3, Great Place to Work og AJKS. +4000 timers erfaring med afklaring og karrierevejledning.

Rasmus Hengstenberg – AJKS, Karriere & Kommunikation



- Flere års erfaring med ledelse, projektledelse og HR fra mange forskellige brancher. Har arbejdet med salg og kundepleje indenfor servicebranchen.
- Eventmanagement, forhandling, tilbudsgivning og markedsføring. Har udviklet og afsat kreative koncepter indenfor det oplevelsesøkonomiske felt. +4000 timers erfaring med karriererådgivning, coaching og målafklaring- også af iværksættere og freelancere.



Opstartspan

~~Forretningsplan = det lange perspektiv~~ Opstartsplan = de næste 3-6 måneder

Hvad skal din opstartsplan rumme?

- Hvad driver dig- også når det er svært?
- Hvad vil du sælge?, hvordan skaber det værdi, hvilke behov dækker det? Hvad har du der underbygger det?
- Hvordan ser markedet ud? Hvem konkurrerer du med? Hvordan skiller du dig ud?
- Hvordan vil du tjene penge? Hvordan prissætter du dit produkt din ydelse/service? Er det skalerbart?
- Og så en handlingsplan- to do lists!

Hvorfor bruge tid på en opstartsplan?

- Fordi den hjælper dig med at rammesætte din forretning og samtidig hjælper dig med salgsprocessen!

Øvelse 1 - Drivers



Tager du selv springet eller bliver du skubbet?

- 7 min. speedafklaring:
- Hils på din sidemakker og tal om hvad der gør, at i vil arbejde som freelancer/selvstændige?
- Hvad skal drive værket (også i modgang)?



Produkt – marked – målgrupper – aktiviteter

Produkt | Opgaver | Værdi

- Hvilke opgaver skal din virksomhed løse?
- Hvilke behov opfylder dit produkt, din ydelse eller service for dine kunder?
- Hvad er udbyttet for kunden? – hvordan skaber det værdi?

Hvad skal din produktportefølje indeholde?

Produktportefølje

Video til nettet (cases, portrætter, interview, markedsføring)

Workshops "Lær at lave videocontent"

Rådgivning om SoMe strategi

Rådgivning om Visuel identitet

"Content pakke" (video, indlæg, info Graphics)

Aftenpostens produktportefølje



Avis



Mobil/nett



Digital



Magasin

Øvelse 2 - Opgave / produktportefølje



Arbejd i 15 min. med at udfylde din opgave / produktportefølje

Svar på:

- Hvilke service, produkter, opgaver vil du og kan du løse?
- Hvad underbygger, at du kan løse dette?
- Hvilke kundebehov møder de?
- Hvordan skaber det værdi for kunden?

A thick, light blue L-shaped graphic consisting of a vertical bar on the left and a horizontal bar on top, both meeting at a right angle.

Pause



Markedet: Hvem er dine målgrupper?



Nu hvor du er blevet klar på, hvad du kan og vil levere, er det tid til at se på, hvordan det matcher med markedet

Markedet: Hvem er din målgruppe?

Du kan ikke sælge alt til alle – bliv skarp på din målgruppe!

Målgruppe

- Hvilket behov dækker du hos hvem- for hvem kan du skabe værdi?
- Du kan have flere målgrupper, men lav en separat beskrivelse af dem alle
- Forskellige målgrupper skal adresseres forskelligt

Konkurrentanalyse

- Hvad gør dig unik (set i forhold til andre udbydere/konkurrenter?)
- Hvor og hvad er din niche?



Øvelse 3 – Individuel. Lav en kundeliste



Definer:

- 5 virksomheder du har noget at tilbyde og som du gerne vil have som kunder? Konkret og med virksomhedsnavns nævnelse (branche er IKKE nok)
- Prøv at overveje, hvad kan du tilføre kunden, som de ikke allerede har i dag eller kan i dag (hvorfor skulle de ellers handle med dig?)

Prisfastsættelse:

Konkurrentprincippet:

- Prisniveauet for tilsvarende produkter
- Bruger konkurrenternes prisen som salgsargument?
- Hvilke andre fordele ved dit produkt kan fremhæves?

Hvad koster du i timen:

- Køber kunder din tid eller det udbytte/den værdi du kan tilføre?

Værdiprincippet:

- hvilken værdi skaber du/dit produkt?

Omkostningsprincippet:

- Indkøb, forbrug, løn, transport, afgifter og administration + Fortjeneste = Salgspris

Prisfastsættelse

Tænk gerne i pakker og pakkøløsninger – det er til at forstå.

F.eks. et klippekort til kommunikationsydelser (en måde at fastholde kunder):

” Skal vi lære hinanden at kende? Med et KommunikationsKlippekort får du 10 X 1 times virksomhedskommunikation.” (www.anneline.nu)



Budgetter Hjemmearbejde....

Privatbudget:

- Hvor meget har du brug for at tjene, for at din privatøkonomi hænger sammen?
- <https://www.raadtilpenge.dk/penge-beregner/budgetskema>



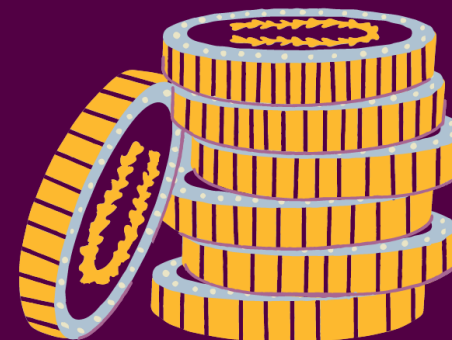
Etableringsbudget:

- Kun relevant, hvis der er omkostninger forbundet med etableringen af din virksomhed/freelancegesjæft
- <https://ivaerksaetter.nu/budgetskema/>

Budgetter Hjemmearbejde....

Driftsbudget (udgifter/indtægter):

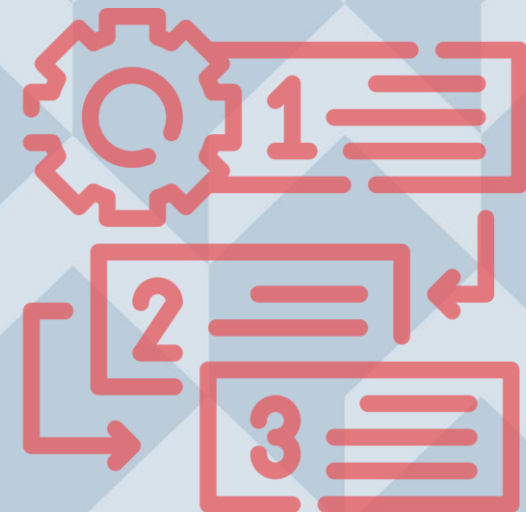
- Lav gerne et driftsbudget i tre versioner (forventet indtægter, 10% højere indtægt, 25% mindre indtægter)



Likviditetsbudget:

- Viser måned for måned om du får penge nok til at betale dine regninger- viser hvornår ind- og udbetalinger finder sted
- <https://ivaerksaetter.nu/budgetskema/>

Arbejdet struktureret med din opstart!



Ugeplaner:

- Ugens 3 vigtigste mål
- Prioriteret (vigtigt/haster)
- Estimeret (tidsforbrug)
- Planlæg max 60% af arbejdsdagen- så der er plads til det uforudsete

To do lister:

- Konkrete opgaver der skal løses
- Prioriteret
- Estimeret
- Deadlines

Tools til at komme godt i gang:



<https://trello.com/b/qH4kpgyD/produktivitetsboard-opstartsplan>



Microsoft To Do (tidligere Wunderlist)



Asana

Vil du vide mere om at arbejde struktureret og effektivt med din målsætning, så meld dig til vores ToolTime Workshop "Get Stuff Done"

ajks⁷



Frokost pause
30min.





Det gode pitch

”

Det, der tænder de fleste, er, at de kan mærke engagementet. Så vær ikke bange, hvis du er ung eller uprøvet og aldrig har prøvet det før, hvis du elsker det, du laver.

”

Hans Henrik H. Heming, iværksætter og partner i EarLabs

Det gode pitch

1. Start med "Why" (Simon Sinek:<https://www.youtube.com/watch?v=qp0HIF3SfI4>)

- Hvad driver dig, til det du gør – benyt gerne fortællinger/succeshistorier

2. Skab et stærkt billede hos modtager om den løsning/ydelse du tilbyder (Skil dig ud)

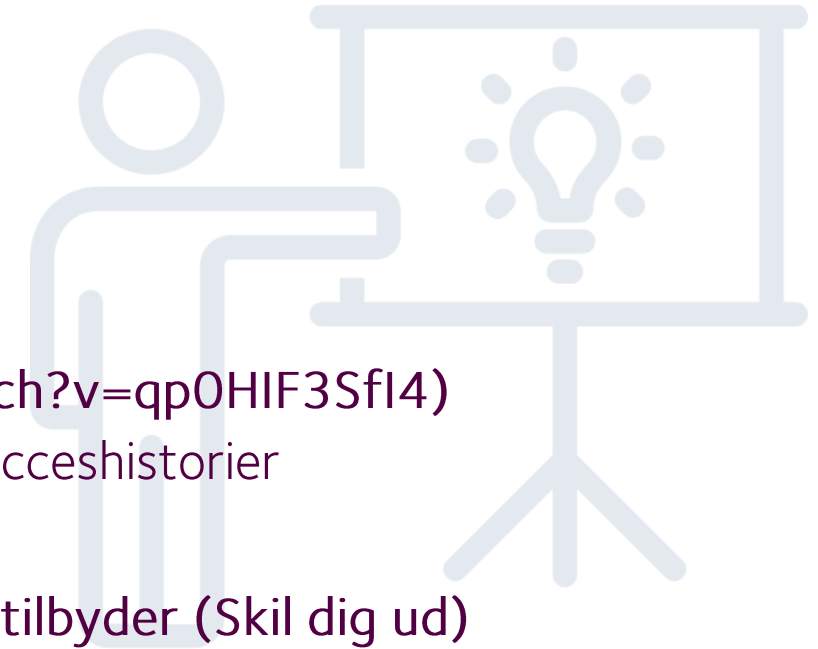
- Hvad får modtager ud af det? (Fx udbytte ift. kunder og marked)

3. Underbyg og kvalificer den løsning du tilbyder – *proof of concept*

- Opbyg tillid - sandsynliggør, at der er styr på løsning og arbejdsproces – cases

4. Keep it simple – og vær konkret

- I erkendelse af, at tilhørerne alligevel kun erindrer en brøkdel efterfølgende, så hold fokus på få hovedpointer – Øv dig i at udelade alle irrelevante detaljer.



Social Selling - Pitch i tekstform



Rigtig mange virksomhedsejere har svært ved at knække koden i forhold til linkbuilding. Det tager tid at finde de gode linkmuligheder og opbygge det nødvendige netværk. Tid som du ikke kan tage fra den daglige drift, kundeservicen eller andre opgaver.

Hos Skjoldby & Co kan vi hjælpe dig med forskellige former linkbuilding. Vi har ca. 20 forskellige metoder, som vi benytter os af. Lige fra udgivelse af artikler på blogs, til content marketing kampagner med henblik på at skaffe links fra anerkendte branchesider, online medier og andre hjemmesider med høj autoritet.

Øvelse 4

Tid ca. 15 min.



Pitch:

- Brug nogle minutter på at forberede dit pitch
- Præsenter pitch for din makker
- Giv hinanden feedback – hvad virker, og hvad kan der arbejdes videre med

✎ Navngiv dit pitch

Vælg Skabelon

Elevatortalen

Sæt Tidsgrænse

0:30 sek.

Til hvem?

Til hvem?

For at få?

For at få?

Indledning

0 af anbefalet 67 tegn, 0 sekunder ●

✎ Start med en personlig historie, overraskende fakta eller et spørgsmål til dit publikum. Målet er at få dit publikums opmærksomhed, og du må gerne være kreativ, så længe det du siger, relaterer sig til emnet.

Problemet

0 af anbefalet 157 tegn, 0 sekunder ●

✎ Beskriv det specifikke problem eller behov, som du gerne vil løse. Fortæl gerne om en specifik, aktuel eller tænkt situation hvor en specifik kunde oplever behovet eller problemet. Hvad er problemets årsag og omfang? Hvorfor er det vigtigt at arbejde med lige præcis det her problem?

Løsningen

0 af anbefalet 157 tegn, 0 sekunder ●

✎ Hvad er din løsning på problemet? Forklar hvordan din løsning er anderledes og bedre end andre eksisterende løsninger.

Afslutning

0 af anbefalet 67 tegn, 0 sekunder ●

✎ Afslut med hvad der er status nu, hvad dit næste skridt er, eller lav et 'call to action' (ud fra hvad er dit mål med din elevatortale f.eks. et møde eller en kontakt), så publikum ikke er i tvivl om, hvad du har brug for fra dem.



<https://pitcherific.com/>

ajks⁷



Salg

Hvorfor tale om salg?

Et negativt salgs mindset kan blive en barriere!

Tænker du salg som at skulle forstyrre og "pådutte" andre "noget", som de måske ikke til en start selv har efterspurgt?

Vinkler på salg

- Canvas salg
- Relationssalg
- Netværkssalg
- Mersalg
- Salg af medieydelse – jf. survey
- Social selling
- Etc.



Plenum



Hvordan har du det med rollen som "sælger" – at skulle sælge dine ydelser?

Re-framing af begrebet salg

- At hjælpe en person,
virksomhed eller
organisation videre mod
deres mål!





SLIP EGOET!



”Principles of Persuasion”

- sådan ‘sælger’ du mere, Robert Cialdinis 6 principper



Gengældelse – (Reciprocity)

- Hvis du leverer (stor) værdi til dine kunder før du beder om salget, får du flere salg.

Knaphed – (Scarcity)

- Fx: Køb i dag og få 10 % rabat! Begrænset lager – køb mens du stadig kan!

Autoritet – (Authority)

- Hvis en autoritet beder os om at gøre noget, gør vi det også. Formår du at etablere dig selv som autoritet i en branche, kan du sælge både A, B og C. (Bigum&Co)

”Principles of Persuasion”

- sådan ‘sælger’ du mere, Robert Cialdinis 6 principper



Konsistens – (Commitment, Dedikation & Consistency)

- Opbakning til en idé eller et mål – mundtligt eller per skrift – øger sandsynlighed for gennemførelse

Karisma – (Liking)

- Vi bliver nemmere overtalt af personer, vi godt kan lide.

Social proof (Consensus)

- ”Lemming-effekten” - ingen har lyst til at være den første.
Men hvis andre har taget skridtet, så vil vi også gerne gøre det.

<https://www.youtube.com/watch?v=cFdCzN7RYbw>

Vis at du har styr på processen!

B – Behov

A – Accept

L – Løsning

A – Accept

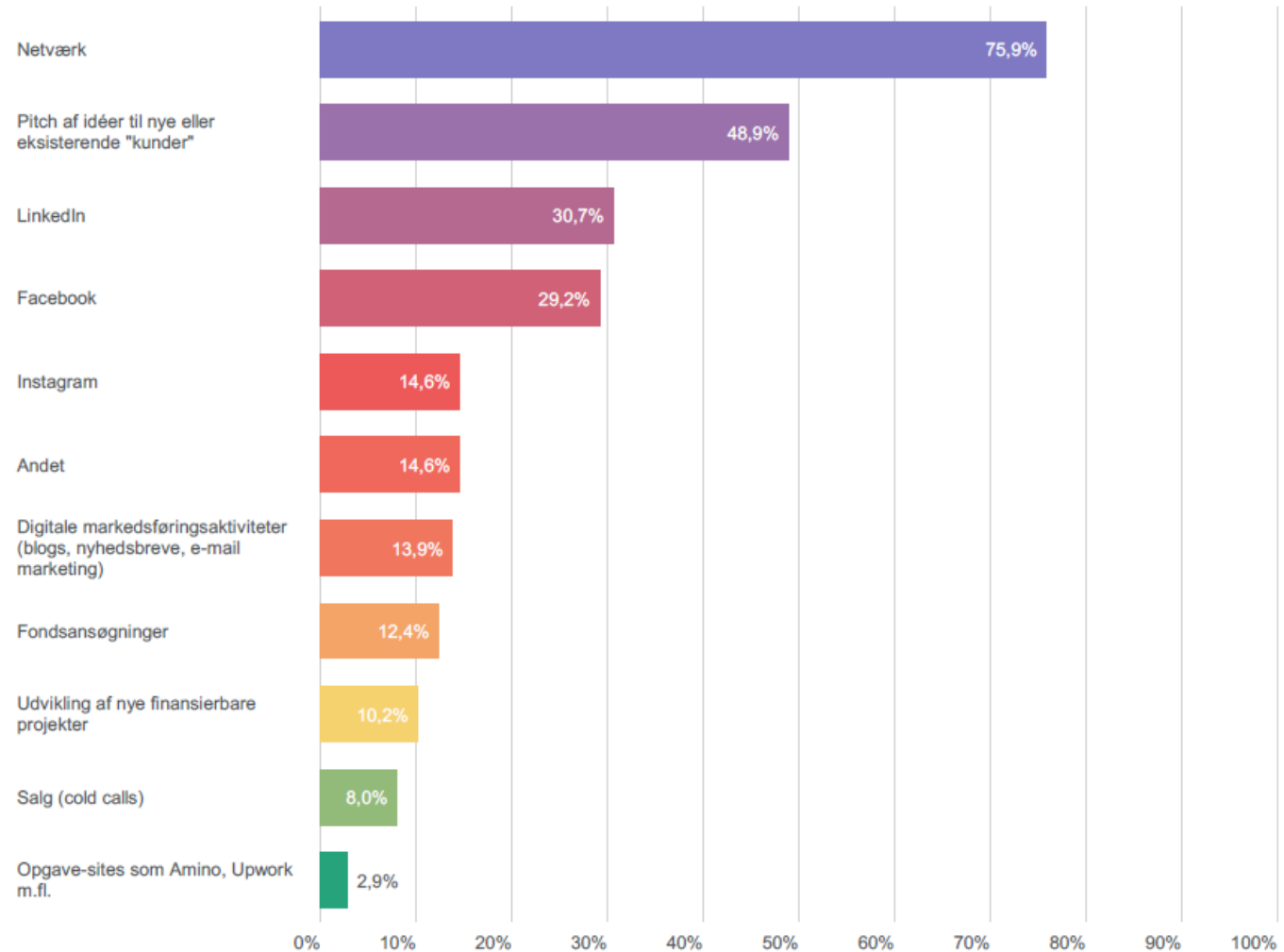


Data om freelancere og selvstændige

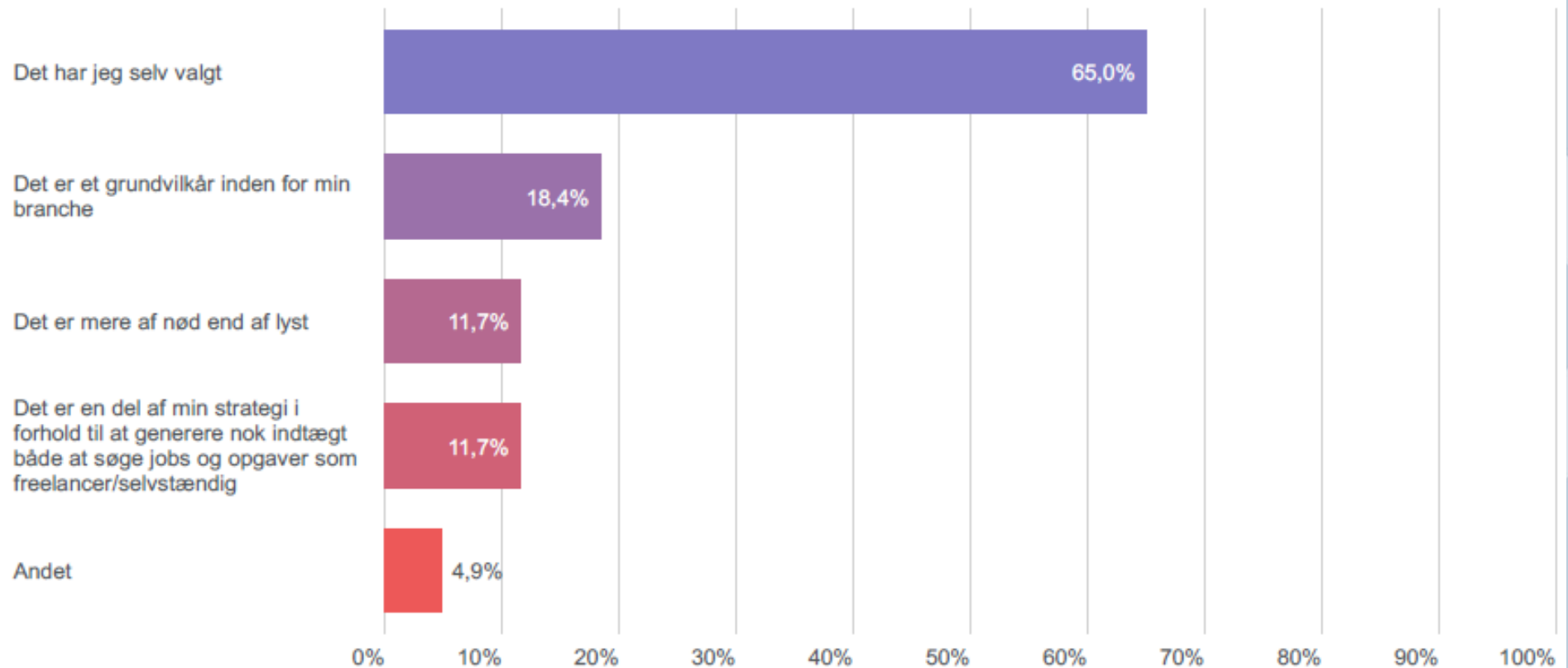
AJKS Surveys 2018 +2020+ 2022



Hvilke(n) metode/metoder benytter du, når du skal lande nye opgaver?

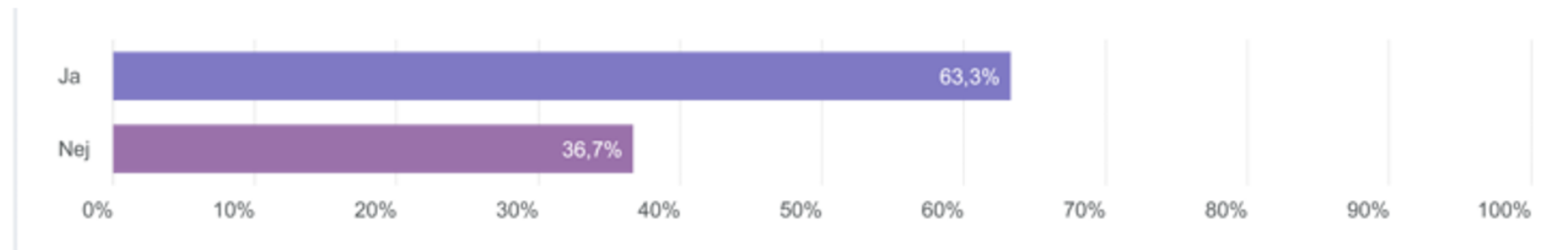


Hvad er baggrunden for, at du er freelancer/selvstændig

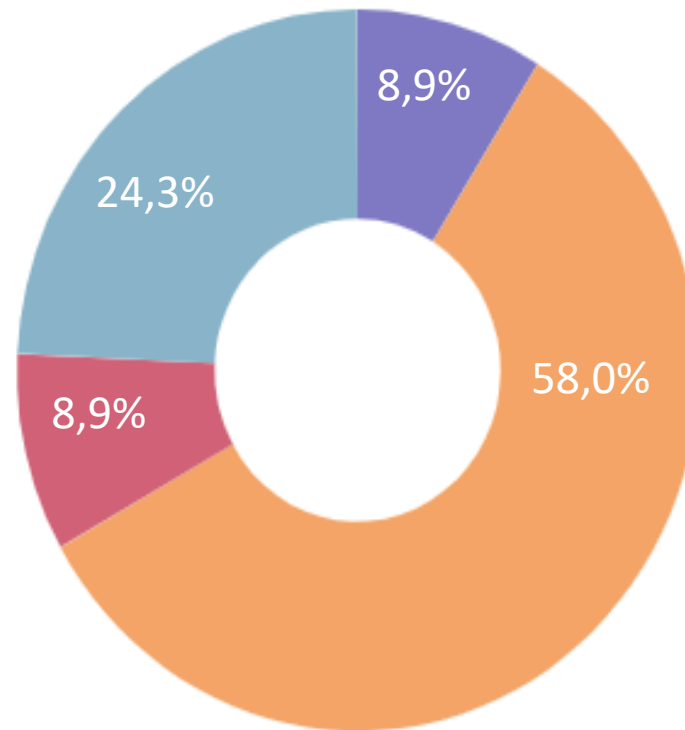


Observationer

Kunne du leve økonomisk tilfredsstillende af at være freelancer/selvstændig/kombinator før Corona?



Vil I fremadrettet benytte jer af freelancere og selvstændige?



Observationer

Total

● Ja, i stigende grad

8,9%

● Ja, men i mindre grad end nu

8,9%

● Ja, som vi hele tiden har gjort

58,0%

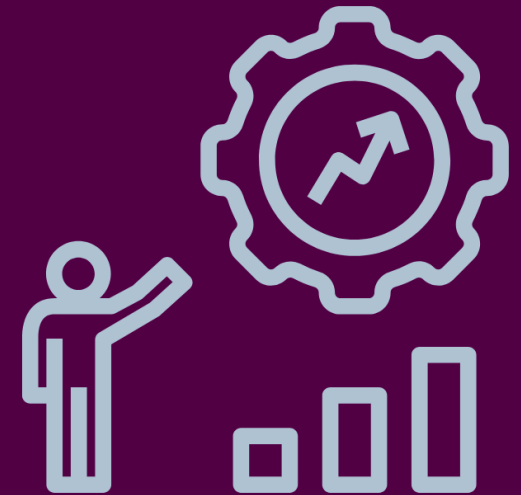
● Nej

24,3%

Hvad er det næste du skal gøre?

Brug 5 min på at:

Definere og notere en til tre handlinger, der er vigtige for din opstart





Tak for i dag

