

CHECKLISTA FÖR DIG SOM VILL STARTA EGET



HUR DU SKAPAR EN HÅLLBAR STRATEGI



OM MIG

Sedan 1987 har jag drivit företag och startat sju egna, samt stöttat många andra i deras resa. Jag fokuserar på att hjälpa kvinnliga entreprenörer att positionera sig starkt, attrahera och omvandla kunder genom att bygga ett kraftfullt varumärke som möjliggör en hållbar verksamhet.

Med min långa erfarenhet som "Imagedesigner" för entreprenörer skapar jag färg- och stilkoncept för dem som är företagets ansikte utåt., vilket gäller i stort sett samtliga enskilda företagare. Jag förstår den visuella framtoningens betydelse och säkerställer att den grafiska profilen harmonierar med företagets koncept. Som din mentor inom varumärkesutveckling är jag dedikerad till att hjälpa entreprenörer på djupet, för att säkerställa långsiktiga resultat.

- Bodil Metterby Strängliden

vizuelle.se
kontakt@vizuelle.se

GÖR RÄTT

Jag har ofta lagt märke till att många företagare saknar en tydlig plan. De är passionerade och har djup kunskap inom sitt område, men startar sina företag med entusiasm, men utan en klar riktning. Tyvärr leder detta ofta till att de inte genererar tillräckliga intäkter vilket medför att de förlorar motivationen och tvingas lägga ner verksamheten inom två år.



DINA ROLLER

Som egen företagare är det viktigt att förstå att du ofta bär flera hattar samtidigt. Förutom att vara utförare av en tjänst eller säljare av en produkt eller tjänst, behöver du också axla roller som bland annat:

- Marknadsförare
- Copywriter
- Grafisk designer
- Ekonom
- Bokföringsassistent
- Social media manager
- Influencer

Det är en mångsidig roll som kräver både bredd och djup i din kompetens.



PLANERING & STRATEGI

Målbild och diciplin är viktiga nycklar till framgång som företagare

En bra strategi är att fokusera på det som faktiskt genererar intäkter och överlåta andra uppgifter till någon annan. Finns det kanske någon i din familj eller närhet som skulle kunna hjälpa dig med vissa delar av verksamheten?

Innan du har fått allt på plats och skapat en stabil intäktsström, måste du vara beredd på en hel del hårt arbete. Men i gengäld kan du se fram emot friheten att själv bestämma över dina arbetstider och välja varifrån du vill arbeta när allt väl är på plats.

DITT VARFÖR - steg 1

Innan du startar ett företag - ta reda på ditt varför!



- Varför vill du driva eget?
- Vad löser det för dig?
- Varför vill du sälja din vara eller tjänst till din målgrupp?
- Vad är det du ska sälja?
- Vilket problem löser det för din kund?
- Vilken är din kund - vilken målgrupp vänder du dig till?

Ha en tydlig bild över vilka steg som krävs

DINA TANKAR KRING DETTA



IDENTIFIERA - steg 2

Vem är din idealkund?

Du behöver vara mycket tydlig med vilken kund du vill nå – ju mer specifik, desto bättre. Att försöka nå en bred kundbas *kan vara* en förödande utmaning. Om du försöker rikta dig till många olika målgrupper kan risken vara att du inte blir hörd eller sedd av någon. Ett alltför generellt erbjudande kan sakna attraktiva lösningar. En idealkund är en individ eller ett företag vars behov *exakt* matchar det du kan erbjuda med dina produkter eller tjänster. Det är också någon som du ser fram emot att samarbeta med med tanke på dina långsiktiga affärsmål.

Ta reda på dina kunders demografi:

- Kön
- Ålder
- Intressen och hobbies
- Sysselsättning
- Plats
- Inkomst
- Utbildningsnivå

T ex. Anna, en kvinna i åldern 30–45 år, gift med två barn och bosatt i en villa i Falsterbo. Hon arbetar som revisor på heltid med en masterexamen från Lunds universitet. Med en bruttoinkomst på 48 000 kr och intressen som inkluderar tid med barnen och golf, utgör hon en specifik målgrupp med unika behov och intressen. Att anpassa ditt erbjudande för att möta hennes behov och intressen kan vara nyckeln till att skapa en meningsfull och långsiktig relation med henne som kund.



BRAINSTORMA

FUNDERA ÖVER

- Målgrupp - Till vem?
- Behov - Vilka problem löser du?
- Löfte - Beskriv ditt löfte om en lösning för kunden
- Bevis - Uppvisa fördelarna gentemot dina konkurrenters
- Ton - (Tone of Voice) Textformulering och sätt att tala till din målgrupp som lockar just dem att bli din kund
- Hur ska du "tala" till hen?

TONE OF VOICE

Valet av ord, tonfall, hastighet och kommunikationssätt, talad eller skriven, kan starkt påverka hur mottagaren uppfattar och reagerar på ett budskap. Inom marknadsföring och varumärkesbyggande är det avgörande hur ett varumärke kommunicerar med sin målgrupp. Detta ger företag möjlighet att skilja sig från konkurrenterna och effektivt förmedla sina varumärkesvärden till rätt publik.



You can do it



DITT VARUMÄRKE - steg 3

Leva eller överleva som företagare

Har du någonsin funderat över varför vissa företag blomstrar medan andra kämpar för att hålla sig flytande? Svaret ligger ofta i förmågan att skapa och förvalta ett starkt varumärke.

Varumärket är mycket mer än bara en logotyp eller ett namn. Ett företag kan ha flera varumärken som bygger på olika aspekter av dess identitet. Det representerar den övergripande upplevelsen och det intryck som människor får av ett företag, en produkt eller en tjänst. Ett starkt varumärke strävar efter att skapa en positiv och minnesvärd känsla hos kunderna, samtidigt som det differentierar sig från konkurrenterna.

- Det förenklar marknadsföringen
- Det ökar kundlojaliteten
- Det skapar en stolt företagskultur
- Det kan öka företagets värde
- Det underlättar positioneringen





GÖR EN PLAN - steg 4

Nu är det dags att sammanställa och ta steget ut och att registrera.. Gör upp en plan och ha koll på dina noteringar. Gör en sak i taget, annars blir det övermäktigt och du kommer att snurra rundor innan du kommer till skott.



Utöver de grundläggande kunskaperna om företagsform, momsregistrering, affärsplan, budget, marknadsföring, självdeklaration och eventuella nya förändringar i skatteregler, är det avgörande att förstå vad som verkligen driver kunder till ditt företag.

För att starta ditt företag kan du använda *Verksamt.se*, där du hittar mycket användbar information. Utöver detta är det viktigt att arbeta smart och i rätt ordning för att verkligen nå framgång.



VÄLJ IMAGE OCH TEKNIK - steg 5

Nu är det dags att sammanställa och fatta beslut, samt registrera ditt företag.

Välj plattformar och bestäm din grafiska profil. Håll dig sedan till den och lockas inte att byta eller ändra bara för att du råkar hitta ett typsnitt som du tycker är snyggare. Du kan ändra om ett år eller så, men för nu, låt det vara som du initialt beslutade.

- Företagsnamn
- Domännamn (din webbadress - kontrollera så det är ledigt)
- Logo
- Hemsida (dina varumärkesfärger)
- Webbhotell (plattform för din hemsida)
- Sociala medier (tex. Instagram och Facebook)
- Plattform för E-postmarknadsföring
- Uttänkta varumärkesattribut som färger, bilder och typsnitt.

Ditt personliga varumärke är en kombination av dina färdigheter, kunskaper, värderingar och personlighet, samt hur du presenterar dig själv för din publik. Det är det som gör dig unik, skiljer dig från andra och attraherar rätt personer att köpa av dig eller samarbeta med dig.

Genom att forma din distinkta varumärkesidentitet kan du lära dig att locka de ideala kunderna. Genom att bli en respekterad expert inom ditt specialiserade område kan du öka din ekonomiska framgång.



AVSLUTNINGSVIS

Att vara genuin och transparent som företagare, underlättar för dig att attrahera rätt kunder. Du behöver inte förstålla dig och kan vara precis som du är.

När du är genuin, kommunicerar du på ett sätt som kommer att attrahera de kunder som resonerar med just ditt sätt att vara. Detta i sin tur genererar "The Know, Like & Trust" faktorn. Kunder köper av dem som de tycker sig känna, gillar och litar på. Du kommer att vara unik eftersom du är du och dina kunder kommer att köpa av dig för just detta. Kom ihåg att du kan inte bli omtyckt av alla, men de som tycker om dig blir dina mest trogna kunder.

I nästa steg är det att ta hand om dina kontakter, dvs. dina befintliga kunder eller prospekt i din e-postlista,, som ger mest utdelning. För något alla erfarna företagare vet är att det är lättare att sälja till befintliga kontakter än att jaga nya prospekt.

Lycka till

- *Bodil Metterby Strängliden*

vizuelle.se

kontakt@vizuelle.se

