

Agera Business Smart[®]

-Paketera Din Kunskap och Tjäna Mer!



VIVIANN LABBA

Tack för att du har köpt den här boken om hur du som företagare kan paketera din kunskap, sälja den och tjäna mer pengar.

Jag hoppas att boken ger dig nya perspektiv på hur du på bästa sätt kan ta vara på din kunskap, utveckla den och paketera den till säljbara produkter och tjänster.

Att kunna sälja det du kan och gör på ett smart och effektivt sätt är nyckeln till framgångsrikt företagande.

Du är varmt välkommen att höra av dig och berätta på vilket sätt boken har hjälpt dig.

Bästa hälsningar,

ViviAnn Labba

Författare

e-post: viviann@BusinessSmart.se

Telefon: 070 - 545 75 92

Fax: 0640 - 920 72

Agera Business Smart[®]
- Paketera Din Kunskap och Tjäna Mer!

ViviAnn Labba

Agera Business Smart®

-Paketera Din Kunskap och Tjäna Mer!

ISBN: 978-91-978074-0-1

Copyright © 2009 ViviAnn Labba och Business Smart®

Omslag: Julia Lokka inspirerad av Heather Colmans design

Författare: ViviAnn Labba

Förlag: Business Smart®

Printed in Sweden by:

ViviAnn Labba

Business Smart®

Olden 231

830 51 Offerdal

Tfn: 070-545 75 92

Bokbeställning: order@BusinessSmart.se

Faxbeställningar: 0640 - 920 72

www.BusinessSmart.se

KOPIERINGSFÖRBUD

Detta verk är skyddat av upphovsrättslagen. Mångfaldigande av innehållet i denna bok, helt eller delvis, är enligt lagen om upphovsrätt förbjuden utan medgivande av författaren samt förlaget.

Den här boken har en informativ och lärande karaktär. Bokens syfte är att utbilda och underhålla. Författaren och förlaget utfärdar ingen garanti att den person som följer dessa tekniker, förslag, tips, idéer eller metoder kommer att bli framgångsrik och tjäna mer pengar. Författaren och förlaget bär inget ansvar för de eventuella förluster eller skador som orsakas läsaren varken direkt eller indirekt av den information som uppges i boken.

En del av intäkterna från bokförsäljningen doneras till den välgörenhet som ViviAnn Labbas företag stödjer.

I Work From Joy
And Live From Flow

With My Mind at Ease
It Will All Be Peace

ViviAnn Labba

Gå in på vår hemsida: **www.BusinessSmart.se** så får du tillgång till en KOSTNADSFRI rapport om hur du gör smartare affärer, få fler kunder och tjänar mer pengar. Du får tillgång till rapporten i utbyte mot din e-postadress samt namn. Förutom rapporten får du även tillgång till en MP3-fil i samma ämne.

Business Smart® hjälper företagare att starta upp, driva och utveckla sina företag genom coaching, utvecklingsprogram, föreläsningar och workshops – enskilt, i grupp eller på distans. Business Smart® hyr även ut virtuella företagsassistenter till företagare. För mer information om detta se: **www.BusinessSmart.se** och **www.DinAssistentOnline.se**

Så här säger några av våra kunder om vår coaching och våra kurser.

“Jag har lärt mig jättemycket på den här kursen. Jag har fått många insikter och en av de största är det här med att värdesätta sin egen tid. Du är jätteduktig, kompetent och man får förtroende för dig. Man får bra praktiska tips och stora visioner. Du täcker hela spekrat. Det spelar inte så stor roll vad man gör, utan det är ett tänk som går att applicera på många företagare. Jag skulle varmt rekommendera det här. Det är som en gåva, en skatt, tycker jag.”
Anna Moore, Promotion & Coaching, Moore to be AB, Stockholm

“Jag måste säga att den här kursen eller utbildningen vi har haft med dig, har varit jättebra för min del. Jag känner att det har gett mig jättemycket.”
Britta Berglund, Tillväxtcentra i östra Kiruna ekonomiska förening, Kiruna

“Jag tycker att jag har lärt mig väldigt mycket. Det känns som att jag nu är mer fokuserad. Jag har fått fler verktyg för att komma vidare i det här tänket. Det spelar inte någon roll vilken bransch eller företag man kommer ifrån. För det finns så mycket i det här, som man kan använda. Man kan plocka delar och göra det som passar just sitt företag. Står man och väger om man ska gå eller inte, så tycker jag man ska ta chansen!”

Elin Klemensson, Erixons Entreprenad AB, Röttviken, Föllinge

“Gör det här, du kommer inte att ångra dig. Du kommer att lära dig massor av saker, nya idéer, nya infallsvinklar, mycket energi och motivation får man. Du är otroligt kunnig, du vet vad du pratar om och är lättsam att ha att göra med. Det är ett rent nöje! Så gå kursen! Jag är jättenöjd!”

Annelie Hirschfeld, Footprints Coaching & Consulting AB, Stockholm

”Du har hjälpt mig med vad jag ska fokusera på i mitt nystartade företag. Vilka steg jag ska ta för att komma vidare. Hur jag kan tänka m.m. Det har varit värdefullt för mig eftersom jag inte haft något eget företag förut. Jag rekommenderar dig varmt med ditt fokuserade och kunniga förhållningssätt i våra samtal. Det har känts givande att prata via telefon utan att ha behövt träffats fysiskt.”

Marie Bergwall, coach, Stockholm

Innehåll

Förord 11

Författarens Tack 15

Inledning 17

Kapitel 1. Inventering av din kunskap 19

Kapitel 2. Vilken kunskapspaketeringsmodell passar dig? 27

Kapitel 3. Välj rätt nisch & kundgrupp 33

Kapitel 4. Kunskapspaketeringstriangeln – instruktion 41

Kapitel 5. Kunskapspaketeringstriangelns samtliga nivåer 45

Kapitel 6. Paketera dina tjänster & produkter i företaget 65

Kapitel 7. Passiva och Återkommande inkomster 75

Bilagor 80

En inbjudan från ViviAnn 85

Kostnadsfria böcker 87

Gratis Tips och Råd 89

Kontakta ViviAnn Labba och Business Smart® 91

Om författaren 93

Förord

En dag beslutade jag mig för att bli företagare. Jag ville göra något själv och framför allt bestämma över min egen tid. Som de flesta andra gick jag en starta eget kurs och följde alla steg i den modellen. Jag tyckte att jag var förberedd för företagandets villkor. Trodde jag i alla fall.

I själva verket var jag inte det. Det var många bitar som saknades och som jag inte visste att jag saknade eller behövde heller när jag inledde min bana som företagare.

Istället var jag fylld av min affärsidé och redo att erövra världen. För det är så vi företagare är, vi är visionärer och vi vill något! Vi drömmer om att göra skillnad! Så även jag!

Så åren gick - jag hade varit företagare i flera år när jag insåg att jag inte tog till vara på min egen kunskap och erfarenhet på bästa sätt. Jag hade jobbat och sålt mina tjänster timme för timme och det hade knappt gått ihop. Frustrerad över detta sätt att driva företag tänkte jag att det måste finnas andra, mer smartare sätt att driva företag och tjäna pengar på. Så min resa för att hitta svaret började där och då.

Jag gick kurser och lyssnade på föredrag, det ena mer olikt än det andra. Jag funderade och skrev om min affärsplan flera gånger. Till slut hittade jag det som fick mig att gå loss ordentligt; att paketera det jag säljer på olika sätt.

Under ett halvår slipade jag på en affärsidé, skrev en ny affärsplan, undersökte marknaden, pratade med andra människor om detta och sov på saken. När sex månader hade gått och denna affärsidé fortfarande fanns i mitt huvud, då förstod jag att det är nu det gäller, antingen satsar jag eller så släpper jag det här helt och hållet. Jag valde det senare och här är jag nu!

Nu vet jag vad jag erbjuder, för vem och hur. Jag har hittat den grupp av människor som jag älskar att jobba med. Jag har paketerat min kunskap till säljbara produkter och tjänster för den gruppen. Jag säljer dessa produkter och får fantastiskt gensvar. Jag har ständigt nya idéer om hur jag ska utveckla mitt företag. Det känns spännande och givande!

Vad jag gör

Du kanske vet att många företagare har svårt att hitta kunder och nå ut med sin marknadsföring. Detta gäller speciellt de som säljer tjänster och kanske är coacher, konsulter eller terapeuter. De prövar olika sätt för att tjäna mer pengar och satsar på både det ena och det andra, men inget av detta ger någon större effekt, vilket gör de frustrerade och stressade över att de inte drar in tillräckligt med pengar. Och ju mer pengar som rinner ur kassan, desto mer stressade blir de för att de inte tjänar tillräckligt. Detta gör att de blir trötta, slitna och omotiverade. Många företagare går in på lågväxeln, kämpar på i uppförsbacke medan situationen blir allt mer ohållbar. Det som en gång drev dem att starta företaget känns långt borta. Men de vill inte ge upp sin dröm – inte riktigt än.

Vad jag gör är att jag lär dessa företagare att jobba smartare – inte hårdare – i sitt företag. De får lära sig hur de ska paketera sin kunskap och sälja den till de rätta kunderna. Jag har identifierat flera viktiga saker som många företagare inte tänker på, känner till eller gör i dagsläget.

Anledningen till att jag lär ut detta är för att jag själv en gång hade svårt att hitta kunder och marknadsföra mig själv. Men efter att ha lärt mig dessa metoder, så tog mitt företagande en ny vändning. Inom loppet av några månader tjänade jag mycket mer och det blev dessutom mycket lättare och roligare att marknadsföra mitt företag eftersom jag nu visste vad och hur jag skulle göra.

De resultat som mina kunder får är att de blir tydligare med vad de säljer, för vem och hur de löser kundernas problem. Ju bättre fokus de får, desto bättre blir också resultatet av deras satsningar. Det vi lär ut i Business Smart[®] är beprövat och har gett goda resultat för andra företagare.

Forskning kring företagare

Forskning från bland annat Internationella Coachförbundet (ICF) visar att många coacher har låg omsättning dvs. tjänar lite pengar i företaget och har få kunder. De som tjänar mycket pengar är få. De coacher som har hög omsättning har en sak gemensamt: de har tydligt paketerat sin kunskap till olika slags tjänster och produkter och säljer konstant.

En annan undersökning från SCB visar att många nyföretagare upplever att det största problemet är att hitta kunder och göra marknadsföring som ger resultat.

Av denna forskning drar jag slutsatsen att många tjänsteföretagare brottas med att dra in tillräckligt med pengar i sitt företag samt att de inte har de rätta verktygen för att marknadsföra och sälja sina tjänster och produkter.

Så när jag upptäckte kunskapspaketeringens möjligheter – då öppnades nya dörrar för mig! Jag har lärt mig så mycket och nu vill jag dela med mig av detta till dig!

Den här boken är det jag hade velat ha när jag startade mitt företag. Tänk om jag visste då, vad jag vet idag. ÅHÅ – mitt företagande skulle ha varit helt annorlunda. :-)

Så jag önskar att du som köpt eller fått den här boken ska få nytta av den. Jag hoppas den hjälper dig att starta, driva eller forma ditt företagande så som du vill ha det.

Jag önskar att den leder dig till nya perspektiv, lösningar och beslut. Jag önskar att den berikar dig och ditt liv som företagare.

Lycka till!

Olden februari 2009

ViviAnn Labba

Författarens Tack

Jag vill passa på att tacka alla i min familj, kollegor, vänner, bekanta, mina mentorer och coacher samt alla mina kunder. Ingen nämnd och ingen glömd! Ni har alla bidragit till att denna bok blivit verklighet. Tack från djupet av mitt hjärta!

Ett speciellt tack till min livskamrat, partner och fästman som har stått bakom mig och stötta mig i stunder av inspiration såväl som i stunder av frustration. Tack för att du tror på mig och mina galna idéer! Det betyder så mycket! Den här boken hade inte blivit verklighet utan Dig!

Till dig som bär på en dröm om att skriva en bok – tag chansen och gör verklighet av det nu! Vänta inte för länge. Börja skriva de första raderna redan idag! Det är möjligt! Låt ingen hindra dig från att nå din dröm. Inte ens du själv.

När jag bodde i Australien 1998, så sa en vis aboriginsk man detta till mig när vi talade om livet och framtiden: *“You gotta chase your dreams, ViviAnn!”*. Åh, vad rätt han hade. Det är precis så jag är och lever!

Mitt råd till dig blir att göra detsamma; Uppfyll din dröm! Fråga dig själv: Vad är det ditt hjärta längtar efter och din sinne drömmer om? Sträva efter att nå dit.

Det är en härlig och underbar känsla när att uppfylla en av sina drömmar! Det känns som att jag har dragit ur proppen ur badkaret och vattnet bara sprutar ut. Nu finns det inte längre några hinder – nu kommer det att skapas ännu fler böcker och jag ser fram emot det! Jippii!!

Inledning: Företagandets villkor

I Sverige startas det många företag varje år, men statistiken för att de ska överleva är mindre glädjande. Bara 1 av 5 företag överlever de första 5 åren. Det är de första fem åren som sägs vara de tuffaste. Anledningen till att företagen inte överlever är många; en del har inte en tillräckligt bra affärsidé och andra säljer inte tillräckligt.

Forskning från SCB visar att företagare brottas med dessa tre områden:

- Att marknadsföra sig och skaffa kunder
- Att prissätta sina tjänster och produkter
- Att sköta sin administration

Den här boken avser att hjälpa tjänsteföretagare att paketera sin kunskap till säljbara tjänster och produkter. Jag har valt att fokusera på de företagare som säljer tjänster. För dessa företag är det extra viktigt att paketera sin kunskap på rätt sätt och sälja den. För kunskapspaketering är en nyckelfaktor för framgång i företaget. Att paketera sin kunskap till säljbara tjänster och produkter görs redan många, men ofta är den inte särskilt genomtänkt eller planerad.

För att var tydlig vill jag förklara innebörden av att paketera din kunskap.

Kunskapspaketering = Att du tillvaratar all utbildning, erfarenhet och kompetens som du har till ditt förfogande och omvandlar detta till säljbara produkter och tjänster anpassande och utformade för din nisch och kundgrupp.

Med det sagt så vill jag också betona att dessa metoder kan användas av företag som inte säljer tjänster. Huvudsaken är att företaget börjar tänka i termerna av kunskapspaketering.

Vi på Business Smart har funnit ut att företag som är framgångsrika har följande: **ett smart och tydligt affärssystem**. Ju tydligare systemet är, desto större är chanserna för fler kunder och mer pengar.

Vid vår analys av mindre framgångsrika och mer framgångsrika företag har jag hittat följande grupperingar av företag:

1. De som **saknar** tydlig kunskapspaketering och Affärssystem* (många)
2. De som har **delvis** paketering och delvis affärssystem, alltså ingen riktig ordning på något. (många)
3. De som har en **tydlig** paketering samt ett tydligt affärssystem (färre)

* = Affärssystem betyder i detta sammanhang en tydlig handlingsplan med tydliga beslut och lösningar.

De som har paketerat sin kunskap och har ett affärssystem skapat för sin verksamhet tenderar att vara mer framgångsrika både vad gäller kundantal och ökad omsättning, än den som inte har det.

Om man jämför småföretag med stora multinationella företag – så inser man ganska snabbt att stora företag har affärssystem som en del i sitt framgångsrecept. Skulle dessa företag inte ha detta, hur skulle det då se ut?

Det är alltså inte bara affärsidén som har betydelse utan hur de driver och förvaltar övriga delarna i verksamheten. Det ska vara en helhet och en tydlig linje i företaget.

Att skapa ett sådant företag går inte över natten, utan tar tid. Men det är dags att börja nu!

Kapitel 1. Inventering av din kunskap

För att du framgångsrikt ska kunna paketera din kunskap till säljbara tjänster och produkter behöver du ha en översiktlig bild över dig själv och dina kunskaper, kompetenser och talanger. Du behöver veta vad du vill arbeta med och vad du inte vill arbeta med.

Syftet med detta kapitel är att:

- Du får en översiktsbild av dig själv och din kompetens
- Du identifierar det som du vill fokusera på i ditt framtida arbete
- Du kommer fram till vad du inte vill arbeta med och vad du vill arbeta med

I detta kapitel ska du få vägledning i hur du kan identifiera dina kunskaper, erfarenheter och kompetenser samt vilka olika vägar det finns för att paketera kunskapen.

Innan du kan paketera din kunskap till säljbara tjänster och produkter så måste du inventera dina kunskaper, erfarenheter samt kompetenser. Du behöver också få klart för dig hur du vill och kan använda din kompetens och vilka former det finns för det. I det här läget är det en hel del frågor som skall besvaras för att du ska få reda på vad du har att arbeta med dvs. vad du kan paketera och sedan sälja.

När man pratar om företagande så kan jag säga en sak direkt. Om du funderar på att bli företagare, bestäm dig för att göra sådant i ditt företag du tycker är kul, intressant och spännande. Det kommer att ge dig massor av inspiration och energi för att fortsätta att utveckla det. Ta sedan redan på om det är en lönsam bransch som du ger dig in på. Ibland kan vi få en affärsidé som vi bara brinner för, men som i själva verket inte kommer att ge några pengar. Så det gäller att hitta balansen mellan inspiration och inkomster.

Om du börjar göra något som är lönsamt, men där du inte känner någon större inspiration och spänning, så minskar dina chanser för att det

kommer att bli ett lyckat företagande. Jag säger inte att detta är hugget i sten, utan att det kan vara så. Så fundera på vad du ska göra.

Jag ska ge dig några exempel på olika smarta kunskapspaketningslösningar. Det är inga vetenskapliga undersökningar eller studier som ligger till grund för detta, utan det är de erfarenheter som jag har fått under tiden jag har arbetat med mina kunder.

Exempel. 1. Du är en person som föredrar att arbeta hemma eller på ett kontor och föredrar att inte träffa så många människor varje dag. Du kanske är en person som föredrar att fokusera dig på det du gör, utan att andra människor avbryter dig.

Eller så är du en person som har massor av idéer och information som du bara vill ha tid och ro till att kunna utveckla i din egen takt. Du kanske sätter upp ett system av tjänster och produkter som du förmedlar via den moderna teknologin. Därmed arbetar du på det sättet som passar dig bäst. Här kommer din person till sin rätt.

Om du skulle tvingas att träffa människor varje dag och t.ex. sälja över disk, då skulle du kanske till slut känna att det inte var så givande och passande för dig. Du kanske skulle bli trött på alla intryck och alla människor. Du skulle längta efter egen tid.

Ex. 2. Du är en person som tycker om att kommunicera med människor varenda dag, träffa kunder eller kollegor och prata med dem. Du har tydliga behov av att få vara en i gänget och känna gemenskap. Då ska du skapa ett företagande där du får möjligheter att arbeta på detta vis.

Du kanske skapar ett företagande där du säljer till kunder direkt eller indirekt. Om du skulle arbeta som i exempel 1 så skulle du sakta men säkert tyna bort och till slut inte tycka att ditt jobb var särskilt givande. Detta för att du är en person som vill och behöver träffa andra människor för att vara i ditt esse och uppskatta ditt arbete.

Ex. 3. Du är en person som är som i exempel 2 d.v.s. som gillar att kommunicera med människor. Du gillar också att tala om för människor hur de ska göra och vad de ska göra. Du har en liten lärare inom dig som bara vill ut.

Gillar du att arbeta på det här sättet, då ska du paketera din kunskap så att åtminstone en del av ditt arbete bygger på att du lär ut till andra. För gör du detta, då kommer du att uppskatta ditt arbete, eftersom du får göra det du tycker om att göra.

För ex. 2 samt 3 gäller följande: om du skulle sitta hemma och jobba och inte träffa några människor så skulle du ganska snart tycka att det var tråkigt, inte intressant och spännande. Detta för att du vill träffa människor och lära dem saker och ting. Det får dig att må bra. Då ska du göra det!

Summa Summarum: det handlar om att du ska ta hänsyn till sättet du vill arbeta på. Men framför allt att du tar hänsyn till den person som du är. Vi är alla olika och vi har alla olika sätt att kommunicera till människor. Vi föredrar olika saker. Att driva företag ska handla om att du får arbeta på det sätt du vill arbeta. Det kanske inte alltid är möjligt – men det är i allafall något att sträva efter.

För dig som säljer tjänster, är coach, konsult, talare, föreläsare eller terapeut, så finns det flera modeller över hur du kan paketera dina kunskaper och sälja dem. Det jag presenterar i denna bok är ett sätt att paketera dina tjänster och produkter.

Kunskapsinventering

För att du ska förstå vilken guldgruva du själv är ur paketeringssynpunkt, så behöver du inventera alla dina erfarenheter, kompetenser, kunskaper och inte minst dina talanger. När du väl har hittat och dokumenterat detta ska du omvandla det till säljbara tjänster och produkter i ditt företag. Om du redan har klart för dig vad det är du ska paketera, så kan du gå vidare till nästa kapitel.

Har du inte ett företag, då kanske du kommer fram till att du faktiskt vill starta ett företag där du paketerar din kunskap till säljbara tjänster och produkter.

Arbetsmetoden för effektiv kunskapspaketering är enkel:

1. Gör en mind map över dig och din kunskap
2. Gruppera och sätt rubriker över olika områden. Välj att fokusera på ett/några områden för din kunskapspaketering. Välj gärna att fokusera på de områden där du är som starkest eller bäst.
3. Genom att följa bokens upplägg i varje kapitel bör du ha paketerade tjänster och produkter mot slutet av din läsning.

Steg 1. Gör en mind map över dig och din kunskap

Du ska göra en mind map dvs. en karta/skiss över dina erfarenheter, dina kompetenser, dina kunskaper och talanger. En mind map är en karta eller en skiss där du inventerar olika delar av dig själv och synliggör det på ett papper/dokument/datorn. En mind map är en karta eller skiss där du inventerar olika delar av dig själv och synliggör detta på papper eller på din dator.

Om du inte är bekant med att göra Mind Maps så använd ett vanligt A4-papper och dela upp ditt liv i rubriker.

Gå till sidan 80-81 för att se en enklare mind map. Du hittar även tips om kostnadsfria mind mapping program på sidan 89. Dessa program kan du ladda ner från internet.

Nu är det din tur att skapa dig en egen mind map. Ta dig tid för att inventera dina erfarenheter, kompetenser, kunskaper och talanger.

Du kommer att bli förvånad över hur mycket du bär med dig och som du kanske aldrig har funderat på att du bade kan och har erfarenhet av.

Steg 2. Gruppera kunskapen och sätt rubriker över olika områden

När du ska göra din mind map kan du använda både översiktliga och mer detaljerade rubriker. Ordna rubrikerna på ett sätt som verkar logiskt för dig.

Exempel på olika rubriker:

- Utbildningar
- Kunskaper
- Arbetslivserfarenhet
- Livserfarenhet
- Nätverk
- Föreningsarbete
- Intressen
- Talang (sådan du är skicklig i och bra på)
- Coaching
- Konsultverksamhet
- ... fyll på med de rubriker som du vill ha med...

Fyll sedan dessa rubriker med underrubriker, där du specificerar vad du exakt gjort och vad du har lärt dig av detta dvs. vad du kan och har erfarenhet av. Du kan också skriva in olika arbetsuppgifter, olika uppdrag eller olika roller du haft och vad dessa gett dig.

Att göra en mind map eller en inventering av dig själv hjälper dig att synliggöra det som är du och all kunskap som du har. Denna mind map kan du sedan fylla i allt eftersom.

När du sedan har gjort en mind map så är det dags för dig att ringa in det som du uppskattar och tycker är roligt och spännande att arbeta med.

Min filosofi är att om var och en av oss gör det som vi tycker är givande, intressant, roligt och stimulerande så kommer vår personlighet att blomma.

Intresseinventering

Nu ska du inventera de områden du gillar och tycker är spännande och sådant du kanske drömt om att göra men aldrig tagit dig tid, mod eller ork till att göra. Svara på dessa frågor så ärligt du kan.

Vad för slags arbete gör dig inspirerad, motiverad och energisk?

När i arbetet känner du dig i ditt esse eller som bäst? Är det ex. vid möte med människor, när du är ensam, när du administrerar, tänker, skapar, analyserar, räknar eller är på resande fot o.s.v.?

Vilka sätt att arbeta har du lättare för?

Finns det något du alltid velat göra – men inte gjort?

Vilka hinder har du överkommit i ditt liv? Vad är lärdomen?

Vilka/vilken av dina livserfarenheter/kompetenser skulle gynna andra?

Vad är det du kan tillföra andra människor?

Skulle du vilja lära andra något?

Vad skulle du tycka vore givande att lära ut till andra?

Vad har du insett inte fungerar för dig vad gäller arbete?

Vilka sätt att jobba känns betungande, omotiverande och energikrävande?

Vad vill du inte alls arbeta med?

I vilken omfattning vill du arbeta? (ange halvtid, heltid, säsong, hela året etc.)

Var vill du arbeta (på resande fot, hemma/kontor eller en kombination)?

Vilken arbetsform anser du passar dig bäst?

Kapitel 2.Test: Vilken kunskapspaketeringsmodell passar dig?

För att du framgångsrikt ska kunna paketera din kunskap till säljbara tjänster och produkter behöver du veta vilka former för kunskapspaketering som passar dig. Det underlättar din kunskapspaketeringsprocess.

Syftet med detta kapitel är att:

- Du identifierar den kunskapspaketeringsmodell som passar dig bäst
- Du får en uppfattning om på vilka sätt du kan paketera din kunskap
- Du får ett underlag att utveckla i kommande kapitel

KUNSKAPSPAKETERINGSTEST

Ringa in de alternativ som stämmer in på dig.

- A. Jag föredrar att arbeta individuellt med kunder
- A. Jag vill möta kunder varje dag
- A. Jag vill veta hur många kunder jag har och vad jag tjänar
- A. Jag föredrar att prissätta tjänster timme per timme
- A. Jag föredrar att ha kommunicera en-och-en med mina kunder
- A. Jag vill att mina kunder ska känna sig specialbehandlade och unika när de anlitar mig
- A. Jag är den som utför tjänsterna och ingen annan

- B. Jag levererar kunskap och kompetens under en längre tid
- B. Jag tycker om att arbeta med mindre grupper
- B. Jag tycker om att handleda grupper och deltagarna
- B. Jag föredrar att utföra uppdrag på plats hos uppdragsgivaren
- B. Jag vill arbeta i sammanhang
- B. Jag kan även tänka mig att stötta gruppmedlemmarna individuellt
- B. Jag kan ha en/flera samarbetspartners för att genomföra uppdrag

- C. Jag tycker om att skriva ner det jag kan
- C. Jag vill lära ut det till andra på olika sätt
- C. Jag har idéer som kommer hela tiden
- C. Jag har tid att arbeta med idéerna och se till att de förverkligas
- C. Jag har publicerat/publicerar min kunskap via böcker, ljud eller bild.
- C. Jag föredrar att sitta för mig själv på kontoret och skapa
- C. Jag vill skriva böcker om det jag kan

- D. Jag vill vara den som inspirerar andra människor till att göra något
- D. Jag vill att människor ska komma från när och fjärran och lyssna på mig
- D. Jag föredrar att leverera det jag vet inför mycket stora grupper och företag
- D. Jag kan låta andra göra det mer praktiska arbetet med kunder, medan jag inspirerar kunderna i stora grupper
- D. Jag vill vara den som är ledaren för ett koncept medan andra assisterar mig
- D. Jag vill kunna erbjuda gruppvisa eller individuella timmar om jag har tid för det
- D. Jag vill resa över hela världen för att utföra mina uppdrag

- E. Jag föredrar att delge min kunskap och erfarenhet till många samtidigt ex. grupper/avd.
- E. Jag tycker om att prata via telefon och kan tänka mig att använda det som verktyg
- E. Jag vill använda mig av den senaste tekniken för att nå många kunder
- E. Jag vill arbeta både hemma och på resande fot – allt eftersom det passar mig
- E. Jag har samarbetspartners och assistenter som hjälper mig att hinna med allt
- E. Jag föredrar att ha allmänna kunder och VIP-kunder
- E. Jag tjänar passiva och återkommande inkomster

Summering: Räkna ihop hur många du har av varje bokstav. Den bokstav du har mest av karakteriserar den bäst lämpade kunskapspaketeringsmodellen för dig. Är du en A, B, C, D eller E?

Resultat av testet:

Leta upp den bokstav som du har valt flest antal gånger. Hade du likvärdigt på två eller fler bokstäver – så kanske en kombination av dessa kunskapspaketeringsmodeller är att föredra. OBS! Detta test ska ses som vägledning och inte som ett slutgiltigt avgörande för hur du väljer att paketera din tjänster och produkter.

A. Timme-för-Timme paketering

Här är fokuset att du säljer dina tjänster timme för timme. Hela modellen bygger på det samt att du möter dina kunder varje dag. Det är en modell som liknar terapeuters och psykologers sätt att arbeta dvs. du möter kunder dagligen och efter tidsbeställning. Du gör allt i företaget och har också kontrollen över alla delar. Allt är knutet till dig och du är den som praktiserar och debiterar dessa timmar.

Nackdelen med denna modell är att när du arbetar så har du inkomster i företaget men när du slutar arbeta eller blir sjuk, så tjänar du heller inte några pengar. Denna modell skapar stora risker för utmattning, trötthet och utbrändhet eftersom det kräver att du levererar hela tiden.

B. Gruppbaserad paketering

Här är fokuset på att du levererar dina tjänster och produkter inför mindre grupper av individer, vilket gör att du sparar tid och pengar. Du föredrar att leverera din expertis inför grupper av människor, föreläsa, dela med dig av din kunskap samt leda gruppen framåt i sin utveckling. Du tycker om att handleda gruppdeltagarna i deras utveckling. Du är i ditt esse när du arbetar med mindre grupper och kan skapa en intimare känsla och gillar det också. Du kanske också reser runt för att leda

grupper. Du kanske har en/flera samarbetspartners som du utför vissa av grupputbildningarna tillsammans med. I denna modell är du fortfarande den centrala personen i företagets inkomstproduktion.

Nackdelen i den här modellen är att det fortfarande krävs att du säljer in uppdrag som ger dig arbete i grupper. Du är alltså fortfarande navet kring ditt företag och den som drar in merparten av inkomsterna. Dock har du öppnat upp för visst samarbete speciellt i grupputbildningsdelarna.

C. Informationsbaserad paketering

Om du har en hel del kunskaper inom ett visst ämnesområde kan du välja att etablera dig som en expert inom detta område genom att producera massa material och sälja det till målgruppen eller nischen. Den här modellen passar för dig som har massor av idéer, har lätt för att skriva och uttrycka dig och kan producera ex. material och böcker på ”löpande band”. Du kan t.ex. skriva böcker, artiklar och hålla informationsträffar eller ge intervjuer om ditt expertämne. I den här modellen har du sällan kontakt direkt med kunden, istället köper kunden ditt material och får uppleva dig på det viset. En fördel är att du har lugn och ro att skapa dina produkter.

För att öka dina inkomster kanske du undervisar människor. Du kanske ger någon/några kurser/föreläsningar/workshops per år men i huvudsak skapar du material som sedan säljs via internet och via andra kanaler. Du marknadsför dig som en expert inom ett visst område. Du kanske t.o.m. har licensierat delar av ditt material eller koncept.

Nackdelen är att du inte har lika mycket direktkontakt med dina kunder utan kontakterna sker genom beställningar etc. som kan medföra att det blir en viss distans mellan dig och dina kunder.

D. Föreläsningbaserad paketering

Om du tycker om att föreläsa inför mycket stora grupper av människor och resa runt i land och rike, då är detta modellen för dig. Du är en

person som inspirerar och lär ut saker till andra människor genom att tala och föreläsa inför stora massor. Du sprider din kunskap genom att lära ut till större grupper. Du älskar att stå på scenen och vara i händelsernas centrum. I denna modell kan du erbjuda gruppvisa eller individuella timmar till en dyrare kostnad. Denna modell är en expanderade variant av modell B. Fördelen är att du exponerar dig för en stor grupp människor och kan därmed snabbt bli sedd som en expert eller bli känd för det du gör. För att denna modell ska fungera krävs att du har ett system som fungerar smidigt dvs. du har kanske assistenter eller andra samarbetspartners som sköter andra delar av verksamheten. Sådant som du själv inte vill göra, men som dina föreläsningar genererar exempelvis kundservice, kunduppföljning och administration.

E. Allt-i-Ett paketering

Det här sättet att arbeta på kan vara en av de mest förtjänstfulla modellerna eftersom du kombinerar de fyra övriga modellerna ovan på ett systematiskt och strategiskt sätt som både genererar passiva och återkommande inkomster för dig. Den här modellen ger dig mer frihet än de övriga för att du kan välja att skapa det som passar dig. I den här modellen behöver du fortfarande vara den som drar in inkomsterna till företaget, men du kan genom denna modell tjäna så mycket mer på en kortare tid. Här tar du hjälp av andra kompetenser som ex. virtuella företagsassistenter för att genomföra alla momenten.

Nackdelen kan vara att det är många saker att hålla reda på. Här behöver du assistans om du siktar in dig på att skapa stora och omfattande koncept och för att lyckas ro i land med flera olika arbetsmoment, processer och koncept. I detta läge är det omöjligt att hålla ordning på allting själv. Här krävs det ett mer omfattande affärssystem som stöd för din verksamhet, dess utveckling och implementering.

Kapitel 3. Välj rätt nisch och kundgrupp

För att du framgångsrikt ska kunna paketera din kunskap till säljbara tjänster och produkter behöver du veta vilka dina kunder är: Har du inte valt ut de kunder du vill sälja till så är detta kapitel passande för dig.

Syftet med detta kapitel är att:

- Du ska komma fram till vilken nisch du vill satsa på
- Du har fått ökad förståelse, insikt och kunskap om din nischmarknad/kundgrupp
- Du har idéer/förslag på vad du kan erbjuda din nischmarknad/kundgrupp

Din nisch och kundgrupp

Har du en nisch? När jag slår upp ordet nisch i Svenska Akademiens ordlista så har det följande betydelse.

Nisch = inmutat område för specialitet

Har du ett inmutat område för specialitet? Hur ser den ut i så fall?

Har du ingen tydlig nisch? Om inte, då är det på tiden att du skaffar dig en!

Jag hör många företagare som säljer det ena och det andra, dvs. lite av varje. En del företagare säger; *"mina tjänster passar för alla"*.

Fundera på det här istället: *Om du siktar på att ha **alla** som kunder så är det garanterat så att du har **få** som kunder.*

Faktum är att ju tydligare du blir med **vad** du säljer, för **vem** och vilket **problem** du löser åt dem – desto lättare kommer det vara för dig att få fler kunder och fylla din praktik. Välj vilka dina kunder är. Specialisera dig ordentligt. Tänk på vad du erbjuder för vem och vilket problem DU löser med din affärsidé. Var hellre för smal än för bred.

Det här kan du vinna på att nischa dig

- Att fokusera på en nisch kommer att tillåta dig att koncentrera ditt arbete och dina marknadsaktiviteter till just detta område. Därmed kan du stärka ditt varumärke och positionera dig i din nischmarknad.
- Du kommer kunna utveckla ett mer målinriktat och fokuserat marknadsföringsmaterial som talar direkt till din nisch/kundgrupp.
- Bara för att du har valt nisch, så betyder inte det att du inte kan utföra uppdrag åt andra utanför nischen.
- Kom ihåg att ditt val av nisch inte är för evigt. Gillar du inte att jobba i den nischen, så kan du byta. Jag rekommenderar dock att man testat nischen i minst ett år.
- Att ha valt en nisch ökar dina chanser för att folk rekommenderar dig och dina tjänster/produkter till andra. För om någon inte kan beskriva det du gör, så kan de heller inte rekommendera dig till någon annan.
- Dina tilltänkta kunder kan förändras under åren. De som du gillar att jobba med idag, kanske inte är de rätta om några år. Ju fler du arbetar med i din nisch desto snabbare kommer du att komma underfund med om du gillar branschen och sättet att jobba.
- Bli medveten om vilka slags människor som söker hjälp hos dig. Du kanske snart inser att det är en viss typ av människor som vill ha din hjälp. Det kan vara en nisch.

Att tydliggöra din nisch och kundgrupp

Svara på dessa frågor nedan så ärligt du kan. Det hjälper dig att fokusera och hitta din nisch och kundgrupp.

Vilka grupper av människor tycker du är intressanta rent yrkesmässigt?

Vilka grupper av människor skulle du vilja arbeta med?

Vilka egenskaper är kännetecknande för de som du vill arbeta med?

Vilka problem och utmaningar har din målgrupp/nisch?

Finns det organisationer, happenings eller årliga konferenser inom din nisch?

Vilka är de ledande personerna/företagen inom din tilltänkta nisch eller kundgrupp?

Hur ser det ut med konkurrenter inom din nisch?

Hur kan du skilja dig från dessa konkurrenter? Vad har du som de inte har?

Ditt bästa jag vill göra/arbeta med...?

Lista allt det som du känner att du brinner för och som du tycker om att göra här nedan..

Vilka problem kan du lösa?

Ställ dig frågor som: *Vilka problem kan du lösa/fixa/åtgärda för dina kunder?*
Lista det som du kan hjälpa människor/grupper och företag med.

Spåna fram vilka som skulle vilja få problemet åtgärdat.

Ställ dig frågor som ex. Vilka personer/grupper/företag vill få detta problem åtgärdat/fixat/löst? Vilka kan tänka sig att betala för det? Lista dessa grupper.

Undersök potentiella nischer och kundgrupper

Du kan undersöka nischens betalvillighet utan att ha en färdig tjänst eller produkt att erbjuda. Det kan du göra genom att erbjuda tjänsten/produkten online/offline som att du skulle haft den färdig. På det sättet kan du få en uppfattning om produkten/tjänsten är efterfrågad. Vad kom du fram till?

Välj den nisch och kundgrupp som har potential och marknad

Efter din undersökning kan du välja att fokusera på den nisch och kundgrupp som du anser har det största intresset av att anlita dig eller köpa dina tjänster och produkter.

Mitt Beslut: Jag kommer att fokusera på följande nisch/nischer under minst ett (1) år.

Tips och råd om nisch och kundgrupp

- Kolla in konkurrenterna – hitta 3-5 produkter eller tjänster som redan erbjuds inom din nisch.
- Titta på hur konkurrenterna marknadsför sig och vad som skiljer dem från dig. Kolla vad de löser och se om du kan göra det bättre eller sätta en egen vinkling, vilket gör dig unik.
- Hitta organisationer/mötesplatser/klubbar/förbund – titta på vad de erbjuder och vad som diskuteras. Var med på sådana platser för att lära dig och uppfatta kommande trender och frågeställningar.
- Läs böcker/tidningar om branschen. Finns det specifika böcker för just det du erbjuder. Att ha koll på detta betyder att du har koll på dina konkurrenter.
- Prata eller intervju några personer från din bransch/målgrupp och hör om vad de upplever som sitt största problem och vad de behöver hjälp med. Ex. på frågor du kan ställa:
 - Vad är deras största utmaningar?
 - Vad är det som saknas i branschen?
 - Vad är det de behöver hjälp med?
 - Var ser de sig själv och sitt företag om några år?
 - Vad är deras dyraste kostnader?
 - Finns det något som inte fungerar? I så fall vad?
 - Om de kunde få önska vad de ville – vad behöver de då i sitt företagande?
- Brainstorma fram rubriker/ämnen som du kan skriva om, till exempel artiklar, checklistor och pressmeddelanden.

- Var också medveten om hur din målgrupp vill bli kommunicerad till. Är det internet, via post eller ansikte mot ansikte som gäller? Varje bransch har sitt kontaktsätt. Undersök detta.
- Var öppen under processen att hitta en nisch. Det kan dyka upp sådant du inte hade ens tänkt på vad gäller din nisch. Saker som kan få dig att förändra eller utveckla din nisch ännu mer.

Kapitel 4. Kunskapspaketeringstriangeln – Introduktion

Nu kommer vi till den del som jag tycker är mest spännande – kunskapspaketeringstriangeln. Den kommer att kunna lotsa dig till att skapa ett spännande utbud i ditt företag.

Syftet med detta kapitel är att:

- Du ska få en ökad förståelse för hur du kan paketera din kunskap
- Du får idéer om vilka delar av kunskapspaketeringstriangeln som passar din verksamhet
- Du aktivt börjar utveckla ditt företag i enlighet med kunskapspaketeringstriangelns nivåer

Målet med kunskapspaketeringstriangeln är att du ska använda denna modell som ett sätt att paketera dina tjänster och produkter. Du kommer alltså att paketera din kunskap på flera olika sätt, det vill säga ha olika omfattning, innehåll samt prisnivå.

Kunskapspaketeringstriangeln är speciellt anpassad och utvecklad för tjänsteföretagare. Så om du är coach, konsult, föreläsare, utbildare eller terapeut kommer denna modell att passa ditt företag som hand i handske. De flesta tjänsteföretag bygger sin verksamhet kring kompetensen hos en eller flera personer, vanligtvis ägaren i företaget.

Att paketera sin kunskap till säljbara tjänster och produkter har gjorts i alla tider och denna kunskapspaketeringsmodell är en variant på detta resonemang. Du är givetvis välkommen att lägga till de delar som du anser passar ditt företag och som kompletterar denna modell.

Kunskapspaketeringstriangeln

Modellen har 8 nivåer och varje nivå har olika kvalitet, innehåll, omfattning samt pris. Om jag kort ska tydliggöra dessa nivåer och kopplingen till pris så ser det ut på följande sätt:

- Exklusivt / Din tid med kund – högsta prisnivå
- Mastermind / Exklusiv grupp – mycket hög prisnivå
- LIVE Workshops / Kurser – högre prisnivå
- Avancerad Utbildning – hög prisnivå
- Basic Utbildning – mellan prisnivå
- Semi-öppen Medlemsklubb – låg prisnivå
- Introduktionsprodukter & Tjänster – lägre prisnivå
- Kostnadsfria Ge-bort-produkter/Informationsprodukter

Ju högre upp i kunskapspaketeringstriangeln kunden går, desto dyrare blir utbudet och desto mer får kunden av din kompetens. Se kunskapspaketeringstriangeln och modellen på sidan 82-83.

Parallellt med samtilga nivåer i kunskapspaketeringsmodellen löper ytterligare 4 viktiga komponenter för att företagande ska bli framgångsrikt. Dessa delar är minst lika viktiga som själva innehållet i paketeringen. Dessa är:

1. **Närvaro på internet;** ex. Webbshop / Betalningslösning. Att dina kunder kan investera i ditt utbud när som helst på dygnet.
2. **Kundservice** – Att du har ett system för hur du kommunicerar med blivande och existerande kunder vad gäller frågor kring ditt koncept.
3. **System** - Att du har implementerat system för varje del av din verksamhet dvs. hur arbetet ska utföras och av vem. En s.k. ”Business Operations Manual”. Detta skapar ett flöde i ditt företag och ger dig själv mer tid över.

4. **Avlastning** ex. Virtuella företagsassistenter - Att du anlitar virtuella företagsassistenter som avlastar dig i din verksamhet, oavsett om det handlar om en timme per månad eller en heltidstjänst. För att växa och utvecklas som företagare kan du inte göra allting själv.

Ta en stund och studera kunskapstriangeln för att göra dig bekant med respektive nivå. Varje del i kunskapspaketeringstriangeln symboliserar en nivå i ditt företagande och en eller några få olika tjänster och produkter. Varje nivå i kunskapspaketeringstriangeln har olika kvalitet, innehåll, omfattning samt pris.

Mer detaljerad beskrivning om varje nivå i kunskapspaketeringstriangeln sker i nästa kapitel.

Kapitel 5. Kunskapspakteringstriangelns nivåer

I detta kapitel kommer du att gå igenom samtliga nivåer av kunskapspakteringstriangeln.

Syftet med detta kapitel är att:

- Du får mer kunskap om samtliga nivåer i kunskapspakteringstriangeln.
- Du förstår hur du ska arbeta dig igenom kunskapspakteringstriangeln. Metoden är att du arbetar dig uppåt i triangeln från basen till toppen.
- Uppmuntra dig att använda denna kunskapspakteringsmodell i din verksamhet.

Spara allt du gör

För att du ska arbeta smart och effektivt under den här processen rekommenderar jag dig att dokumentera allt du gör i företaget. Spara allt material, alla mail, allt du skriver ner om dina planer, tankar och idéer. Detta är grunden för vad din kunskapspaktering kan innehålla. För de flesta av oss har en oerhörd kompetens, vi behöver bara plocka fram den och slipa den.

När du börjar skapa för varje nivå i kunskapspakteringstriangeln, se till att SPARA allting som du gör på datorn eller ta utskrifter och sätt i mappar. För det du gör nu, kan du komma att behöva använda i framtiden när du fortsätter att utveckla dina produkter och tjänster.

Tala om VAD och VARFÖR i de första tre nivåerna – inte HUR

Ett mycket viktigt tips och råd vad gäller ditt skapande av tjänster och produkter utifrån kunskapspakteringstriangeln, är att du i de tre lägsta nivåerna av modellen (dvs. på nivåerna: kostnadsfria Ge-bort-produkter, introduktionsprodukter och tjänster samt semi-öppen medlemsklubb) enbart talar om VAD dina kunder behöver och ska göra samt VARFÖR.

Du ska inte gå in i detalj på HUR de ska gå till på dessa nivåer. Detta ska du lära ut i de högre nivåerna. Det är på detta vis som du fördelar din kompetens.

De kunder som är intresserade av dig och vill veta mer om din metod kommer att komma till dig och vilja få mer hjälp och då är de villiga att betala för detta. Det är då du ska utbilda dem eller coacha dem till HUR de ska göra de olika sakerna. Du kan till och med hjälpa dem att utföra detta om du har sådan kompetens till ditt förfogande.

Våga bryta ny mark

För att du ska bli sporrad att skapa och paketera din verksamhet på andra sätt än det traditionella dvs. så som det alltid gjorts i din bransch, så vill jag ge dig denna övning. Spalta upp de traditionella sätt att sälja i din bransch som du vet om och titta på hur du skulle kunna göra det annorlunda. Denna övning är bra för att bryta monster och se andra lösningar.

Traditionella sätt att paketera och sälja i min bransch	Nya sätt att paketera och sälja i min bransch

Olika former för att paketera kunskap

När du väl börjar skissa på dina delar i kunskapspaketeringstriangeln, så kanske det uppstår frågor som: *“Hur ska jag paketera?”* eller *“Vilka olika slags paketeringslösningar finns det?”*

Det finns flera sätt att paketera din kunskap beroende på vilket sätt som du vill arbeta på i ditt företag. Några sätt att paketera din kunskap till säljbara produkter eller tjänster är följande:

- Ta betalt per timme, uppdrag, per månad och per år,
- Ta betalt i förskott och delbetalning
- Ta betalt per företag/förening/organisation
- Föreläsningar
- Utbildningar (korta som långa)
- Paketlösningar
- Långtidsavtal/korttidsavtal
- Distansutbildning
- Teleklasser (via telefon)
- Webbseminarier
- Utbildning via internet
- Utbildning via e-post
- Mentorskap – coachning
- Samarbeten
- Produktutveckling och försäljning
- Tjänstutveckling och försäljning
- Gruppträffar med jämna mellanrum
- Videokonferenser
- Webbshopar
- Ha ett forum där du fångar upp de kunder som redan handlat av dig.
- Dela upp kunder efter exklusivitet
- ...och ännu fler lösningar. Det är bara du som sätter gränserna för hur det kan gå till.

Nu går vi över till att titta lite mer på varje nivå i kunskapspaketeringstriangeln. Vi börjar med basen av kunskapspaketeringstriangeln.

Kunskapspaketering nivå 1: Kostnadsfria Ge-bort-produkter / Informationsprodukter

Med Ge-bort-produkter och informationsprodukter menar jag att du utvecklar sådant material som lockar potentiella kunder till din hemsida och till din verksamhet. Material som du lätt kan ge till dina befintliga kunder som ett slags mervärde. En informationsprodukt är samlingsnamnet för att du skapar något som du kan ge dina kunder när de minst förväntar sig det. Det kan handla om något du erbjuder kunder/intresserade antingen gratis dvs. utan kostnad för kund eller till ett mycket lågt pris. Denna informationsprodukt ska fungera som en smakretare eller intresseväckare för intresserade och potentiella kunder.

När jag skriver informationsprodukt så menar jag att du arbetar fram något som du erbjuder potentiella kunder. Det kan handla om både tjänster eller produkter. Men oavsett hur och vad du väljer att erbjuda din kund så finns det en mening och ett syfte med det erbjudandet.

Tänk dig att det är något du skapar en gång och som du om och om igen kan ge till dina kunder. Produkten bör vara tidlös och lätt att ändra på. Allt för att du ska kunna anpassa den till dina förutsättningar.

Vilka är fördelarna med att skapa informationsprodukter?

Det finns flera fördelar med att skapa informationsprodukter i form av tjänster eller produkter. Dessa fördelar är följande:

- **Du stillar intresset hos kunden.**
En kund kan hitta dig på internet och vilja veta mer om dig och dina tjänster/produkter. Genom en informationsprodukt kan du stilla deras nyfikenhet och få de mer motiverade att välja just dig bland många andra.
- **Du fångar intresserade på internet genom din informationsprodukt.**
De som surfar eller letar efter information på internet tillbringar i snitt cirka 5-30 sek på varje hemsida. Har du då någonting som

lockar denna intresserade att lämna sitt namn och sin mail-adress till dig i utbyte mot en gratis informationsprodukt/tjänst som du erbjuder, så ökar chansen att personen lämnar dessa uppgifter till dig. Har du däremot ingen sådan produkt på din hemsida så minskar chanserna för att kunden ska maila dig och vilja veta mer. Så att ha en informationsprodukt på din hemsida ökar dina möjligheter att fånga potentiella kunder.

- **Kunden får tillgång till produkten på en gång.**

Om du erbjuder en informationsprodukt på företagets hemsida i utbyte mot deras e-postadress, så kan du lägga upp det så att så fort personen lämnar sin e-postadress, så öppnas en ny sida där informationsprodukten kan laddas ner direct. Detta förenklar processen för dig.

- **Du får kundens kontaktuppgifter och kunden får tillgång till informationsprodukten.**

Detta sätt medför att du bygger och utökar din kundlista. Denna kundlista använder du sedan för att göra reklam för dina tjänster och produkter, dock på ett mycket sofistikerat sätt så att du inte skrämmer bort kunderna genom ren och skär marknadsföring.

- **Informationsprodukten utökas och utvecklas.**

Till att bli en mer avancerad produkt/tjänst högre upp i produkt triangeln, som du sedan säljer för dyrare summor beroende på innehåll och utformning och var i triangeln den finns.

- **Informationsprodukten är inkörningsporten till din produkt triangel.**

Det krävs att du är medveten om på vilket sätt du smidigast bygger upp din produkttriangel så att det löper en röd tråd igenom alla nivåerna.

- **Informationsprodukter kan göra reklam för produkter/tjänster i din produkttriangel.**
Meningen är att du ska skapa en informationsprodukt/tjänst som kan locka kunder till att vilja veta mer om de övriga tjänster/produkter som du har i din produkttriangel.
- **Du kan distribuera din informationsprodukt där dina kunder finns.**
Det kan vara forum på internet, mässor, konferenser, nätverksträffar eller annat.
- **Du hjälper kunden att komma igång.**
Kunden kanske har velat göra eller komma igång med det du erbjuder dem och genom att du har en informationsprodukt om hur de kan börja så hjälper du kunden att komma igång.
- **Dina kostnader för att producera produkten kan vara minimala.**
Du har kanske inga lokalkostnader eller andra dyra overhead-kostnader.
- **Du har en låg kostnad för utveckling.**
Om du själv producerar produkten kostar det dig minimalt. Däremot om du anlitar någon att göra den åt dig – då kan det kosta litegrann. När den sedan är producerad så kostar det dig inget mer.
- **Du kan lätt uppdatera och utveckla informationsprodukten.**
Du kan anpassa produkten efter marknadens behov och efterfrågan
- **Du har frihet att göra som du själv vill.**
Du kan automatisera ditt hanterande av produkten så att när du en gång satt upp systemet, så sköter den sig i princip själv.

- **Du kan duplicera och använda ditt material om och om igen utan extra kostnad.**
Eftersom du själv skapar dessa kostnadsfria informationsprodukter så kan du också använda de på många olika sätt. Det är bara din fantasi som sätter gränser för hur du vill använda dessa informationsprodukter.
- **Du kan skapa din informationsprodukt på en dag eller inom några dagar.**
Du är expert på det som du gör och därmed hävdar jag att du kan skapa din första informationsprodukt så snabbt som på en dag eller inom några dagar.
- **De är lätta att lagerhålla eftersom det ofta är elektroniska produkter.**
Eftersom de flesta informationsprodukter delas ut till kunder eller intresserade via hemsidor så är dessa elektroniska material vilket gör att de förvaras och sparas på ditt webbhotell och dess server.

Nackdelar med informationsprodukter:

- **Ditt material kan bli stulet på nätet**
Någon annan uppskattar det du gjort, stjälar det och gör sin version av det. Detta är något man aldrig kan skydda sig emot.
- **Du måste leverera resultat**
Det du gör ska vara värt det pris du vill ha för dina informationsprodukter. Även om du erbjuder en kostnadsfri informationsprodukt så måste den vara packad med viktig information så att den som tar del av din informationsprodukt verkligen upplever din kompetens och professionalitet.
- **Du måste vara trovärdig i det du gör**
Det är bra om du i försäljningsprocessen kan påvisa referenser eller exempel på kunder du har haft. Har du referenser både

skriftligt, inspelat och kanske också ett fotografi för den som ger referensen – desto bättre!

Exempel på kostnadsfria informationsprodukter. Dessa exempel kan också användas som produkter/tjänster på nivå 2 eller 3 i triangeln.

- Rapport om ett eller flera steg i ditt koncept/utbud
- Konkreta tips och råd – ex. i form av en lista med punkter för hur de löser ett problem eller uppnår något
- Teleklasser – om något i ditt koncept/utbud
- Nyhetsbrev
- E-postutskick
- Gratis konsultationer/rådgivning
- Rabattkuponger; ex. köp 2 betala för 1, 30 % introduktionsrabatt
- Tester eller undersökningar
- Gratis e-kurs (en serie e-postmeddelanden med olika teman eller innehåll men med ett gemensamt mål)
- Artiklar
- Prova-på-tillfällen
- Tävlingar

Vad är viktigt när du skapar en informationsprodukt?

- Att du vet vad du vill med den dvs. produktens syfte – ska produkten göra reklam för något, i så fall vad? Forma informationsprodukten utifrån vad du har tänkt att den ska sälja/göra reklam för. Men var uppmärksam på att info.produkten blir för säljande. Du ska skapa ett mervärde för kunden, inte göra direkt marknadsföring.
- Att du besvarar eller ger förslag på lösningar som din nisch/målgrupp kan ha.
- Att du fokuserar på fördelar – Svara på frågan ”Vad kan kunden vinna på detta?”

- Att du skapar en tidlös informationsprodukt som du kan använda om och om igen.
- Att du har nästa steg i åtanke för de som vill ha mer än informationsprodukten - ska produkten sälja en tjänst eller produkt? Koppla informationsprodukten till nästa steg/nivå i din produkt-triangel.
- Att du uppmanar till Aktiv handling – dvs. uppmuntrar kunden att ta del av ett erbjudande som du har. Forma detta erbjudande så att du kan använda det genomgående utan att behöva ändra på produkten.
- Att produkten inte är för avancerad – fokusera på att vara enkel och lättförståelig
- Att du har en bonus med i produkten – som ger ett mervärde till kunden och som lockar kunden till dig.

Hur gör du?

1. **Utgå från kunskapspaketeringstriangeln.** Fundera på vad du kan erbjuda dina kunder som ett första smakprov av dig och din kompetens i form av en kostnadsfri Ge-bort-produkt eller informationsprodukt.
2. **Vad kan du skapa en första informationsprodukt om?** Du kan välja att skapa en eller flera informationsprodukter som appellerar till olika delar i din triangel. Gör en lista på vilka slags informationsprodukter som du skulle kunna erbjuda. Varje produkt kan då göra reklam för olika delar i din produkttriangel.
3. **Välj vilken slags informationsprodukt du vill skapa** – välj utifrån det som känns glädjefyllt och inspirerande. Skapar du från glädje och inspiration så blir resultatet så mycket bättre än att skapa ifrån måsten.

4. **Sätt igång att leka fram rubrik och innehåll. Skapa din första informations produkt.** Sätt ingen prestige i skapandeprocessen. Resonera som så att det här är den första av många produkter. Skriv, spela in eller använd de sätt som passer dig när du skapar din första informationsprodukt. Tänk på att vara tydlig med vad det är du vill signalera i informationsprodukten. Den ska ju hänga ihop med din affärsidé och det du erbjuder och säljer.
5. **Kom på en smart bonus som du kan komplettera din produkt med.**
6. **Bolla informationsprodukten med din kollega eller coach** eller med någon annan för att verkligen få fram det bästa i din produkt.
7. **Marknadsför din informationsprodukt** – Det finns flera sätt att marknadsföra din informationsprodukt;
 - **Genom e-post eller brev direkt till befintliga kunder**
 - **Genom en hemsida** där du har ett kontaktformulär var kunder lämnar sina uppgifter (namn + epostadress) och sen får de tillgång till informationsprodukten.
 - **Genom annonsering**
 - **Genom nätverk och samarbeten**

Frågor att ställa dig här:

Vad är det din nisch, kundgrupp eller kunder söker lösningar för?

Vad vill du förmedla om just din kompetens/företagets kompetens?

Vad kan du ge/dela med dig av/berätta för intresserade och potentiella kunder som inte kostar dig så mycket i tid och pengar?

Vilka olika slags informationsprodukter kan du skapa? Spåna fram några förslag.

Förklara hur din första informationsprodukt ska se ut.

På vilka sätt ska du synliggöra och marknadsföra informationsprodukten?

Hur kan du utveckla informationsprodukten till andra mer avancerade eller mer utbyggda paketlösningar för kunden i enlighet med kunskaps-paketeringstriangeln?

Kunskapspaketering nivå 2: Introduktionsprodukter & Tjänster – lägre prisklass

På denna nivå med lägre prisklass kan du sälja ex.

- Teleklasser
- Minikurser
- CD, e-kurser
- E-böcker
- Vanliga böcker
- Manualer/arbetsböcker/guider
- Ljudfiler/Mp3-filer
- DVD/videopaketer med korta videoavsnitt

När vi kommer till denna nivå så handlar det ofta om att du på denna nivå har vidareutvecklat din gratis informationsprodukt till ett mer fördjupat och utvecklat material som du nu kan börja ta betalt för. Det viktiga här är att du skapar produkter som många olika människor kan attraheras av och tänka sig att köpa av dig.

Vi människor är olika vad gäller inlärningsstilar; en del av oss föredrar att lyssna och andra vill läsa. Att skapa tjänster och produkter som attraherar alla dessa sorters människor ökar chanserna för dig att få dina produkter sålda.

Ett annat alternativ är att du på basis av din gratis informationsprodukt skapar en teleklass utifrån den och fyller teleklassen med mer detaljerad information om det som du skriver om i gratis produkten.

Du kan också ha skapat en teleklass om någonting som handlar om det du gör och som du lätt kan knyta till gratis informationsprodukten. Denna teleklass kan du bjuda in till genom rapporten eller genom dina andra marknadsföringskanaler.

En produkt som spås utvecklas enormt under de kommande åren är

e-boken. I dagsläget utvecklas det tekniska apparater som gör att du ska kunna läsa en e-bok som att det vore en riktig bok. Så att satsa på att skapa en e-bok samt att sälja den på både din hemsida men också i virtuella bokaffärer som finns på interne är ett bra förslag. Idag har varje internetbokhandel en sektion med e-böcker. Ofta finnas det också avdelningar med MP3-filer eller CD-skivor.

Något som är väldigt lätt att utveckla är ljudspår. Med det menas att du spelar in det som du vill lära ut och gör olika ljudspårspaket av det. Ett sådant ljudspårspaket kan lätt kombineras med skriven text för att göra den mer attraktiv. Det finns många gratisverktyg för att spela in ljud och omvandla dessa till ex. MP3-filer.

En annan metod att skapa produkter på är att spela in korta videoavsnitt om något som du är specialist inom. Att sedan sätta samman dessa videos till en DVD och sälja är ett annat sätt att paketera din kunskap till säljbara produkter. Att tillverka videosnuttar idag, behöver inte vara så avancerat som det later. Har du bra belysning, en bra bakgrund och en videokamera med många pixlar så kan du skapa skapliga videos som du lätt kan paketera och sälja på din hemsida. En video är också ett utmärkt sätt för dig att visa vem du är, hur du jobbar och vad du sänder ut. En video säger mycket mer än ljud och bild för sig eller en vanlig text.

Introduktionsprodukter & Tjänster kan ge dig passiva inkomster

Du kan få passiva inkomster genom att du en gång har skapat detta material och sedan säljer det om och om igen.

Kunskapspaketering nivå 3: Semi-öppen Medlemsklubb – låg prisnivå

Denna nivå handlar om att kunder ska få uppleva dig och din kompetens till en låg prisnivå. Att erbjuda en medlemsklubb är att få kunden att känna sig privilegierad och speciellt behandlad. Kunden kan välja att gå med i denna medlemsklubb som blir som ett nätverk där kunden får lära sig lite mer om din verksamhet och vad de kan göra samtidigt som de får nätverka med andra företagare.

Med semi-öppen menas att kunden måste välja att bli medlem i klubben mot ex. en månads- eller årskostnad. I utbyte mot denna avgift får kunden tillgång till ex. ett forum för kontakt, där de hittar resurser, tips och idéer. Kunden kan få tillgång till månatliga teleträffar, intervjuer, resurser, rabatter, lärande moment, nätverksträffar, kundträffar varje månad, eller andra kundaktiviteter m.m.

Detta är en funktion som kan göra att du fångar upp och behåller befintliga kunder eller aktiverar de kunder som är nyfikna på dig, men som inte är helt köpvilliga ännu.

En medlemsklubb kan ge passiva inkomster

En medlemsklubb kan också ge dig en del passiva inkomster eftersom den insats du gör riktar sig till hela gruppen och väldigt sällan till en enskild individ.

Kunskapspaketering nivå 4: Basic Utbildning – mellan prisnivå

Denna nivå karaktäriseras av att du har skapat en utbildning, kurs eller ett program som du säljer till dina kunder främst på internet. Här erbjuder du kunden en bas information inom det som du lär ut. Här kommer du att lite mer tala om HUR kunden ska göra saker. Dock utan att lämna ut det mest avancerade. Innehållet i utbildningen kan vara en blandning av följande:

- Teleklasser
- Minikurser
- E-kurser
- E-böcker
- Vanliga böcker
- Manualer/arbetsböcker/guider
- Ljudfiler/Mp3-filer
- Enklare kursprogram (ej lika avancerad som den kompletta processen)

Meningen med denna nivå är att du nu paketerar det som du tidigare eller lägre ner i kunskapspaketeringstriangeln sålt styckvis. I detta moment har du satt allt detta samman och skapat en mindre paketlösning som du säljer via internet.

Din strävan är att vid denna nivå skapa ett utbildningsprogram som vem som helst kan köpa och jobba med själv. Ett självstudieprogram eller ett distansprogram är väldigt vanligt här.

Du kan också titta på att skapa en kortare process av det som du kanske redan nu lär ut till dina kunder. En kortare process är enklare och inte lika fördjupande och omfattande som en längre och mer komplett process/utbildningskurs/program är.

Det här är fortfarande ett paket som du ska kunna sälja oberoende av tid och rum och som ska kunna levereras till köparen elektroniskt eller via post.

I detta läget är det bra att erbjuda kunden något ”att ta på” dvs. något som du levererar hem till dem. När människor investerar i något lite mer kostsamt så vill de gärna se och känna på det som de har investerat. De vill kunna gå tillbaka till det och kunna använda det om och om igen, utan att behöva logga in på en medlemsida för att spara ner det eller så. Du ska överväga om det finns något i ditt paket som du skickar hem till kunden efter inköp. Det ger en känsla av mervärde för kunden och ökar deras känsla för att de har investerat i något bra och nyttigt för dem.

Kunskapspaketering nivå 5: Avancerad Utbildning – högt prisläge

Denna nivå karaktäriseras av att du har skapat en utbildning, kurs eller ett program som du säljer till dina kunder främst på internet och som är mer avancerad än Basic-utbildningen. En avancerad utbildning kan innehålla samma steg som den i basic, men utökas med inslag av nedanstående för att skapa en känsla av exklusivitet.

- CDs
- DVDs
- Videos
- Mer avancerade manualer, checklistor
- Fler resurser
- Webbseminarier / webbutbildning
- Kortkurser, miniföreläsningar, miniworkshops

Denna utbildning ska ha massor av olika inslag, delar samt bonusar som legitimerar investeringen som köparen gör. På denna nivå ska kunden känna att de får massor levererat. Det ska vara ett avancerat utbildningspaket som ger de värde för pengarna!

Kunskapspaketering nivå 6: LIVE workshops och kurser - högre prisläge

På denna nivå får kunden mycket mer närvaro av dig. Vid dessa sammankomster lär du personligen ut en hel del kunskap och kunden får uppleva känslan av att vara tillsammans med dig. Du vill genom dessa event förmedla en känsla av exklusivitet.

Vid dessa workshops och kurser kan du sälja alla dina tidigare produkter och tjänster som du har presenterat och skapat i de tidigare nivåerna i kunskapstriangeln.

Vid dina LIVE workshops och kurser ska du värva de kunder som vill jobba ännu närmare och mer med dig genom att marknadsföra din nästa nivå i kunskapstriangeln, Mastermind/Exklusiv grupp.

Kunskapspaketering nivå 7: Mastermind / Exklusiv grupp – mycket hög prisnivå

Detta sätt att arbeta innebär att du har samlat ett gäng med motiverade personer att arbeta med under en period på exempelvis några månader eller upp till ett helt år. De kunder som deltar i din mastermind och

exklusiva grupp har personligen uttryckt sin vilja till samarbete och är beredda att investera med både tid och pengar för att utvecklas inom det som du lär ut.

Du har kanske intervjuat dessa personer för att se att de passar in i gruppen och i ditt sätt att arbeta. Du vill verkligen att det är de mest motiverade och högpresterande som är i denna grupp.

Denna grupp kan ha innehåll som i den semi-öppna medlemsklubben, bara det att allt är på en mycket högre och exklusivare nivå.

Här har du möjlighet att arbeta med dina kunder precis på det sätt som passar dig. Du kanske vill jobba med dem exempelvis under två dagar varje kvartal, en hel vecka varje halvår eller en gång per år. Du ser till att formen för din mastermind grupp passar dig som hand i handske. Detta eftersom du kommer att prestera på en mycket hög nivå med dina kunder och då krävs det också att du jobbar på det sätt som passar dig bäst.

Kunskapspaketering nivå 8: Exklusivt / Din tid med kund

Din egen tid med Kund – där du möter kunden personligt. Du är konsult, coach, rådgivare, mentor eller expert i frågan. Kunden betalar mer för att få access till dig personligen. Detta alternativ är mycket exklusivt och ska också prissättas och värderas därefter.

Kom ihåg att det är enbart Du själv som kan värdera vad du är värd i tid och pengar. Alltför många företagare värderar sin egen insats väldigt lågt och kan ibland ge bort sin egen tid för att få kunder. Här ska du snarare bli mer restriktiv med att ge bort din tid till kunden. Vill kunden ha egen tid med dig – då ska kunden också betala det som du har värderat din egen tid till. Med andra ord ska det vara mycket exklusivt att arbeta med dig personligen.

Denna nivå ska också vara den allra dyraste.

De parallella elementen i kunskapspaketeringsmodellen

Parallellt med samtliga nivåer i kunskapspaketeringsmodellen löper ytterligare 4 viktiga komponenter för att företagande ska bli framgångsrikt. Dessa delar är minst lika viktiga som själva innehållet i paketeringen. Vi går igenom delarna lite kort här.

Nedanstående moment kan givetvis utföras av företagaren själv, men den största vinsten nås när företagaren fokuserar på att göra det som denne är bäst på och sedan tar hjälp av andra för att få saker utförda.

De parallella elementen i kunskapspaketeringsmodellen är följande:

1. **Närvaro på internet;** t.ex. webbshop/betalningslösning. Att dina kunder kan investera i ditt utbud när som helst på dygnet.

För att denna kunskapspaketeringsmodell ska fungera effektivt och vara lönsam så behöver du ha en aktiv närvaro på internet. Med det menas att du har en säljande hemsida som både marknadsför dig som person samt dina tjänster och produkter. På hemsidan ger du också den intresserade kunden möjlighet att investera i dina tjänster och produkter omgående – det är en av vinsterna med att ha en aktiv närvaro på internet. Du kan utveckla en lönsam verksamhet på internet om du säljer något där som kunden får tillgång till direkt. Givetvis ska du också sälja dina tjänster och produkter offline dvs. utanför internet. Den delen tar vi inte upp här och nu.

2. **Kundservice** – Att du har ett system för hur du kommunicerar med blivande och existerande kunder vad gäller frågor kring ditt koncept.

När du får snurr på din verksamhet och kunder köper dina tjänster och produkter så kommer det alltid att uppstå frågor om leverans, priser, kostnader och innehåll. För att effektivt kunna möta detta behöver du ha en beredskap för detta genom att sätta upp någon

slags kundservice. Om denna service sker direkt via telefon, via mail eller internet – det är upp till dig och vad som känns passande.

- 3. System** - Att du har implementerat system för varje del av din verksamhet dvs. hur arbetet ska utföras och av vem. En s.k. "Business Operations Manual". Detta skapar ett flöde i ditt företag och ger dig själv mer tid över.

De företag som är framgångsrika har ofta någotslags system för hur de får saker och ting utförda. Att ha dokumenterat varje steg och att veta hur saker och ting ska ske är en viktig komponent för framgång.

Du behöver skaffa dig system över alla delar i din verksamhet för att skapa flyt och framåtanda. Du behöver detta för att företaget inte ska falera med att du ex. är borta eller sjuk en period. Att ha system förbättrar dina möjligheter att ta in andra människor i din verksamhet och få de att utföra sysslorna precis på det vis som du vill att det ska bli utfört.

- 4. Avlastning** ex. Virtuella företagsassistenter - Att du anlitar virtuella företagsassistenter som avlastar dig i din verksamhet, oavsett om det handlar om en timme per månad eller en heltidstjänst. För att växa och utvecklas som företagare kan du inte göra allting själv. Det här borde vara en av de första och viktigaste insikterna hos dig som företagare. Redan från dag ett som företagare borde du titta på vad du kan låta andra göra. Detta rör speciellt de saker som du känner att du inte behärskar, inte orkar fokusera på att göra och inte har lust att göra. Effektiv avlastning medför att du gör det som du är bäst på och sen får du hjälp med resten. Att arbeta utifrån sina styrkor är en framgångsfaktor.

Ett konkret exempel är att anlita de konkurrenskraftiga virtuella företagsassistenter som **www.DinAssistentOnline.se** har till sitt förfogande.

Kapitel 6. Paketera dina tjänster och produkter i företaget

Nu går vi in i och tittar på kunskapspaketeringstriangeln och vad du kan skapa som passar in på respektive nivå i triangeln. NU ska du få arbeta med din kunskapspaketering.

Syftet med detta kapitel är att:

- Du börjar skissa på eller vidareutveckla dina tjänster och produkter enligt vår modell.
- Du blir klar över den process i företaget dvs. de steg och moment du har/vill ha.
- Du skapar en röd tråd genom alla dina tjänster och produkter.

När du har studerat kunskapspaketeringstriangeln och börjat fundera på hur du kan paketera din kunskap så har du tagit de första stegen i din egen skapar- och kreativitetsprocess. Lek fritt med dina idéer för att sedan ta beslut om vad du ska satsa på i varje nivå. Du kanske också kommer fram till att du INTE ska använda varje nivå i kunskapspaketeringstriangeln i din verksamhet.

Du behöver arbeta konkret med varje nivå i triangeln och fundera på vad du kan utveckla. Du kommer att få tillfälle att göra detta längre ner.

Först ska vi fokusera på vad du behöver göra tydligt för dig själv och för dina kunder för att överhuvudtaget kunna sälja produkter och tjänster utifrån kunskapstriangeln.

*Du ska lära ut det du själv vill vara
Eller, det som dina kunder vill bli eller vara...*

Okänd

Ställ dig dessa frågor för att tydliggöra dig själv, din kunskap och det du kan bidra med till kund utifrån kunskapspaketeringsmodellen.

Vilka fördelar/vinster/resultat får kunden?

Du behöver förstå essensen eller kärnan i det du erbjuder till kunden.

Vad är den största anledningen till att kunden vill betala för detta?

Du måste tydliggöra vad kunden vinner på att anlita dig. Vad är det du tillför till kunden?

Hur kan du presentera din kunskap för dina kunder?

Har du vissa steg som du tar dina kunder genom? Vilka är det?

Vad är det du levererar som överför fördelarna från dig som säljare till kunden som köpare?

Eftersom du har massor med kunskap, behöver du göra detta tydligt för kunden. Du behöver sätta upp ett antal steg och sedan beskriva varje steg mer detaljerat, exempelvis vilka moment som ingår. Detta för att kunden behöver förstå vad det är du säljer, vad de får ut av det samt hur det går till.

Du behöver alltså identifiera dina olika processer/utbildningskoncept och bygga allt i din verksamhet kring detta. Det här är nyckeln till sex- till sju-siffriga inkomster för er som säljer tjänster. Se upp med att inte fokusera för mycket på metoderna (dvs. hur gör jag det ena och det andra). Fokusera istället på att översätta din briljanta kunskap till en övergripbar process som du kan sälja som ett program eller en kurs under en viss tid och som du kan införliva i kunskapspaketeringstriangeln.

Fråga dig själv: Vad kan jag göra varje dag, varje vecka, varje månad som gör att folk kommer i kontakt med min unika process? Vad är det jag redan nu gör varje dag, varje vecka, varje månad som visar min process?

Du behöver alltså ge dina kunder en upplevelse av dig och den du är genom ditt program samt hur det är användbart för dem. I detta skede kan du sen börja fråga dig på vilket sätt ska jag paketera min process. På vilket sätt kan jag göra den synlig för mina kunder? Sen börjar du designa utifrån vetskapen om fördelarna och vinsterna med din process.

Det finns en kritisk punkt här och det är att du måste FÖRSTÅ och KUNNA DIN PROCESS. För kan du inte din process, då blir det svårare att skriva artiklar, nyhetsbrev och prata om den. Bara genom att kunden ser den översiktliga processen och stegen ska de kunna se vad de kan få för resultat. Så hur du formulerar orden och namnger processen är viktigt.

För det som kunder letar efter är;

- Att du är i samstämmighet/i synk/i flöde med det du erbjuder som största fördel
- Att du är trovärdig i det du gör
- Att du inte ”jagar” kunderna – utan istället har du sanna och ärliga samtal med dina kunder om vilka fördelarna är. Du står för det du gör med andra ord

Kort sagt kan man säga att processen är en integrerad och djup del av det värde och de fördelar som du levererar och som du är.

Vad ska din process innehålla?

Du ska namnge din process. Namnet ska vara så tydligt och lockande så att kunden direkt kan förstå vad det handlar om och vad det är de kan få ut av processen.

Den snabbaste vägen som du kan ta för att hitta din process – är att prata med någon ex. din partner, din coach eller någon annan. Berätta om det du vill förmedla till dina kunder och de steg som du vill ta dina kunder igenom. Tillåt dig att få feedback på det så att du kan utveckla materialet.

Ju mer personlig och unik du är i skapandet av din process, desto mer kommer ditt koncept att skilja sig från alla andra. Så det handlar om att du ska lyfta upp och framhäva det som är Du. Att du helt enkelt får vara den du är och arbeta ifrån det.

Du kan alltså prata om det du gör och vara den du är – utan att be om ursäkt. Det ger dig en större frihet i både åsikt och handling och kan ge dig högre inkomster.

Du kan koppla din process till en lockande historia. Att koppla ett utbildningsprogram till en historia om varför det programmet skapades gör dig mer trovärdig mot kunden.

Börja skapa från dig själv och dina erfarenheter och kunskaper. Du kan skapa din egen unika vinkling på det du gör.

*Det handlar inte om vad du erbjuder,
utan det handlar om vilka fördelarna är,
med det du erbjuder*

Okänd

Svara på nedanstående frågor för att bli tydligare i hur din egen process kan se ut. Ta fram kunskapspaketeringstriangeln så att du har den framför dig när du besvarar dessa frågor. Det kan göra processen enklare.

Inventering av din eller företagets process

Vilka delar av kunskapspaketeringstriangeln har du redan idag?

Vilka delar anser du vara aktuella för ditt företag?

Vad är ditt budskap/fördelen eller fördelarna med det du säljer?

Redogör för de olika stegen, momenten eller delarna i din process. Du får själv göra listan ex. med nummer eller bokstäver eller hur du nu väljer att tydliggöra din process.

Att börja skapa i kunskapspaketeringstriangeln

Jag kommer här att ge exempel på ett skaparschema för en produkt/tjänst. Du kan använda det som en inspiration för ditt utvecklingsarbete. Det ger en tydlig bild av hur du kan starta ditt utvecklingsarbete och vilka steg du kan ta och när du tar de stegen. Du får alltså en bild av hur hela flödet av arbete kan se ut.

1. **Skriv en checklista med råd och tips om ett för dig intressant ämne** (kan användas som en artikel som publiceras i media, i artikeldatabaser, på din hemsida och kan också ges till kunder).
2. **Utveckla denna checklista till att bli en rapport** genom att skriva mer fördjupat om varje del i artikeln/checklistan. Denna rapport ger du bort i utbyte mot den intresserades e-postadress.
3. **Utveckla rapporten och lägga till andra relevanta bitar och skapa en e-bok/bok/handbok/arbetsbok** om det som du är expert på. Utgå ifrån rapporten och utveckla varje del ännu mer i detalj. Se till att lägga till delar som du tycker saknas för att det ska bli en e-bok. Kom ihåg att en e-bok behöver inte ha flera hundra sidor – utan kan vara tunnare och ha allt ifrån 15 sidor och uppåt.
4. **Komplettera din e-bok/arbetsbok med ett ljudspår om någon del av e-boken.** Spela in sådant som kan komplettera din e-bok eller rapport. Producera en/flera MP3-ljudfiler eller en CD-skiva med flera ljudspår.
5. **Gör en video av hela boken.** Dela upp varje kapitel och gör korta skrivningar om varje kapitel som du kan ha som grund för att spela in kortare videoavsnitt. Tank på att om du vill publicera en video på Youtube ska den inte vara längre än 10 minuter. Gör en DVD-skiva av samtliga videoavsnitt.

6. **Gör en paketslösning** – Sätt samman ex. rapporter, e-böcker, DVD och Cd-skivor så att du har ett helt paket som du kan sälja till dina kunder.
7. **Skapa ett supportsystem kring ovanstående steg.** Ett system där dina kunder kan ställa frågor och få mer information. Ett slags kundservice som går utanför själva kunskapspaketerings-triangeln

Uppmaning till handling

Nu vill jag att du tar fram papper och penna och sätter igång och skapar dina olika nivåer i kunskapspaketeringstriangeln.

- Skapa din första Ge-bort-produkt/informationsprodukt
- Vidareutveckla ovanstående så att den blir till fler och mer avancerade produkter/tjänster .

Tanken är att du börjar göra något enklare och erbjuder den som en gratis informationsprodukt och sedan vidareutvecklar denna produkt till något mer avancerat och därmed kliver du uppåt i nivåerna i kunskapspaketeringstriangeln.

Ju högre nivå i kunskapstriangeln desto mer komplexa blir produkterna/tjänsterna

- Låt den kreativa skapelseprocessen ta sin tid och ta ett steg i taget
- Utgå ifrån att du har allt du behöver och att du har tillräckligt med kunskap för att skapa dina produkter och tjänster
- Lägg in dina egna produkter och tjänster i triangeln – lek fram lösningar
- Ha som ambition att arbeta dig igenom från basen av ända upp till toppen
- Ha roligt! :-)

Vilka är dina kostnadsfria informationsprodukter?

Vilka är dina introduktionsprodukter och tjänster?

Hur vill du att din semi-öppna medlemsklubb ska se ut?

Hur ser din Basic utbildning ut? Vad innehåller den?

Hur ser din Avancerade utbildning ut? Vad innehåller den?

Vad vill du hålla workshops och kurser i?

Hur vill du att arbetet i en mastermind grupp ska se ut eller vara designat?

Det mest exklusiva - Din tid med kund. Hur kan denna nivå se ut?

Kapitel 7. Passiva och Återkommande inkomster

Som företagare är det viktigt att skapa både aktiva och passiva inkomster i företaget. Att bygga upp ett företag som har vanliga inkomster samt passiva och återkommande inkomster gör dig friare som företagare och förbereder dig för sämre tider.

Syftet med detta kapitel är att:

- Du ska vara medveten om innebörden av passiva och återkommande inkomster
- Du ska vara öppen för att skapa passiva och återkommande inkomster i ditt företag
- Du hädanefter inte tankar fortsätta driva ditt företag utan dessa inkomster

Syftet med flera inkomstkällor är att skapa dig frihet

Har du någon gång drömt om att du skulle kunna vara borta från ditt företag, ex. åka på semester eller göra något annat som inte har med jobbat att göra och sen när du återvänder till kontoret och företaget så har du tjänat pengar fast du inte själv jobbat?

För att överhuvudtaget kunna ta emot detta resonemang om att ha olika inkomstkällor i företaget, så måste du först göra upp med din attityd om hur du kan tjäna pengar.

För när man pratar om inkomstkällor så är det faktiskt så att du själv inte behöver göra allt i företaget för att du ska tjäna pengar. Det är den första insikten.

Många av oss är uppvuxna med att man ska ”slita för brödfödan” eller ”att man ska jobba hårt”.

Mycket i vårt samhälle kretsar kring detta med att människor ska ha en trygg anställning och på det sättet bidra till samhällsutvecklingen. Många anpassar sig till detta sätt att leva eftersom det är tryggt och ganska förutsägbart.

Att vara företagare å andra sidan, är att ha lite andra spelregler. För det första är du ansvarig för din egen inkomst. Det ställer dig i ett helt annat läge än att vara anställd.

Som företagare har du förmånen och möjligheten att skapa ditt eget liv och forma ditt företagande så att du arbetar på det sättet du vill. I början av denna process kan det dock krävas att du jobbar mer arbetsintensivt, för att sedan njuta av frukterna av ditt arbete. Det är i detta sammanhang som tanken om inkomstkällor kommer in.

Om du säljer timme för timme så kan du lätt nå toppen av din kapacitet. Detta pga. du inte kommer kunna jobba mer än de timmar du har per arbetsdag. Du kan heller inte jobba mer än den tid och den kraft du har. Så då blir din inkomst resultatet av de timmar du jobbar x (multipliserat) med din timkostnad. När du jobbar på det viset, så når du snabbt en begränsning på både din inkomst och den tid du kan arbeta. Att basera din verksamhet på att bara jobba timme för timme är som upplagt för att du ska "bränna" ut dig eller känna dig fångad i "ekorrhjulet".

Lösningen för att komma ifrån detta, är att skapa flera inkomstkällor.

Flera olika sorters inkomstkällor i ditt företagande

När man pratar om inkomstkällor i ett företag så betyder det följande:

- Att du har skapat olika sätt att arbeta som gör att det "rinner" in pengar till företaget från flera olika håll och på flera olika sätt.
- Att du har skapat förutsättningar inom ditt företag för dessa inkomstkällor dvs. du har vidtagit de åtgärder som behövs för att generera flera olika inkomstkällor

En liknelse:

”Tänk dig att du står mitt på ett stort majsält. Varje stig som du skapar ut från majsältet motsvarar en inkomstkälla. Så för att vara en smart företagare ser du till att göra flera olika stigar dvs. skapa flera olika inkomstkällor åt flera olika håll. Ju fler stigar du har dvs. inkomstkällor, desto friare är du och desto större möjligheter har du för en ökad inkomst”.

Två kategorier av inkomstkällor

- Passiva inkomstkällor
- Återkommande inkomstkällor

Vad är Passiva inkomstkällor?

Passiva inkomstkällor är det du tjänar på något som inte kräver din dagliga insats eller arbete. Det kan vara något du har skapat tidigare och som du utvecklat så att det säljs kontinuerligt. För att lyckas med detta måste du ha en klar nisch och ha börjat arbeta med din produkttriangel.

Vad är återkommande inkomstkällor?

Återkommande inkomstkällor är inkomster som återkommer varje månad/kvartal/år respektive och genereras av att du tillhandahåller tjänster och produkter till dina kunder på en regelbunden basis.

Enligt min mening är det få företagare och speciellt småföretagare som tänker i banorna av olika slags inkomster. Många tänker inte ens i formerna av passiva inkomster och har inte heller kunskapen om hur man gör för att skaffa passiva inkomster. Men det behöver inte vara så svårt. Det gäller bara att skapa något att sälja och sedan göra hela försäljnings- och leveransprocessen automatiserad. Du kan som företagare i praktiken ligga och sova, medan någon handlar av dig och får det som de handlat levererat till sig.

På flera nivåer av kunskapspaketeringstriangeln är det möjligt att skapa produkter och tjänster som gör att du kan tjäna passiva och återkommande inkomster.

Min uppmaning är att om det är någonting du ska ta med dig från denna bok, så är det att se över möjligheterna för att skapa passiva inkomster i ditt företag. När du en gång lärt dig hur du ska göra för att skapa passiva inkomster, då har du förstått systemet och kan applicera det om och om igen. Du kommer också bli förvånad över att du når resultat genom att införliva det arbetssättet i ditt företag.

Om vi tittar på de olika nivåerna i kunskapspaketeringstriangeln så kan du lätt skapa passiva och återkommande inkomster på nästan varje nivå. Speciellt dessa nivåer lämpar sig för passiva och återkommande inkomster:

- Introduktionsprodukter och tjänster
- Semi-öppen medlemsklubb
- Basic och avancerad utbildningar
- Mastermind / Exklusiv grupp

Om du vill starta upp ett passivt inkomstflöde genom att sälja produkter och tjänster via din hemsida, så behöver du sätta upp ett system som kan hantera denna försäljning. Det är inte meningen att du ska göra allt själv dvs. ta mot ordern, skriva ut den, skriva kvitto och beställa den och leverera den etc. Du ska se till att det kan skötas helt automatiskt eller i varje fall nästan helt automatiskt. Då har du skapat en riktigt passiv inkomst!

Slutet är bara början

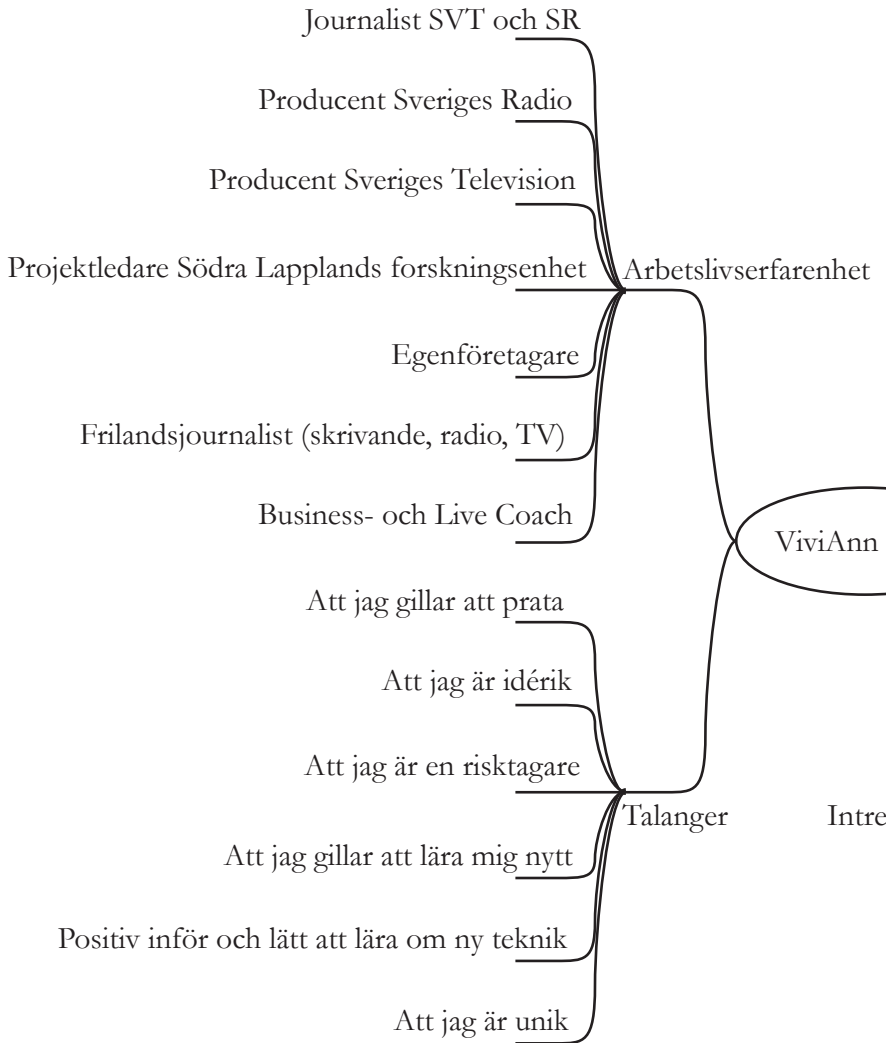
Du har nu fått lära dig ett sätt att paketera din kunskap till säljbara tjänster och produkter. Använd de delar som tilltalar och passar dig. Lägg till sådant som fattas. Utveckla modellen till att bli din egen. Huvudsaken är att den används och ger resultat.

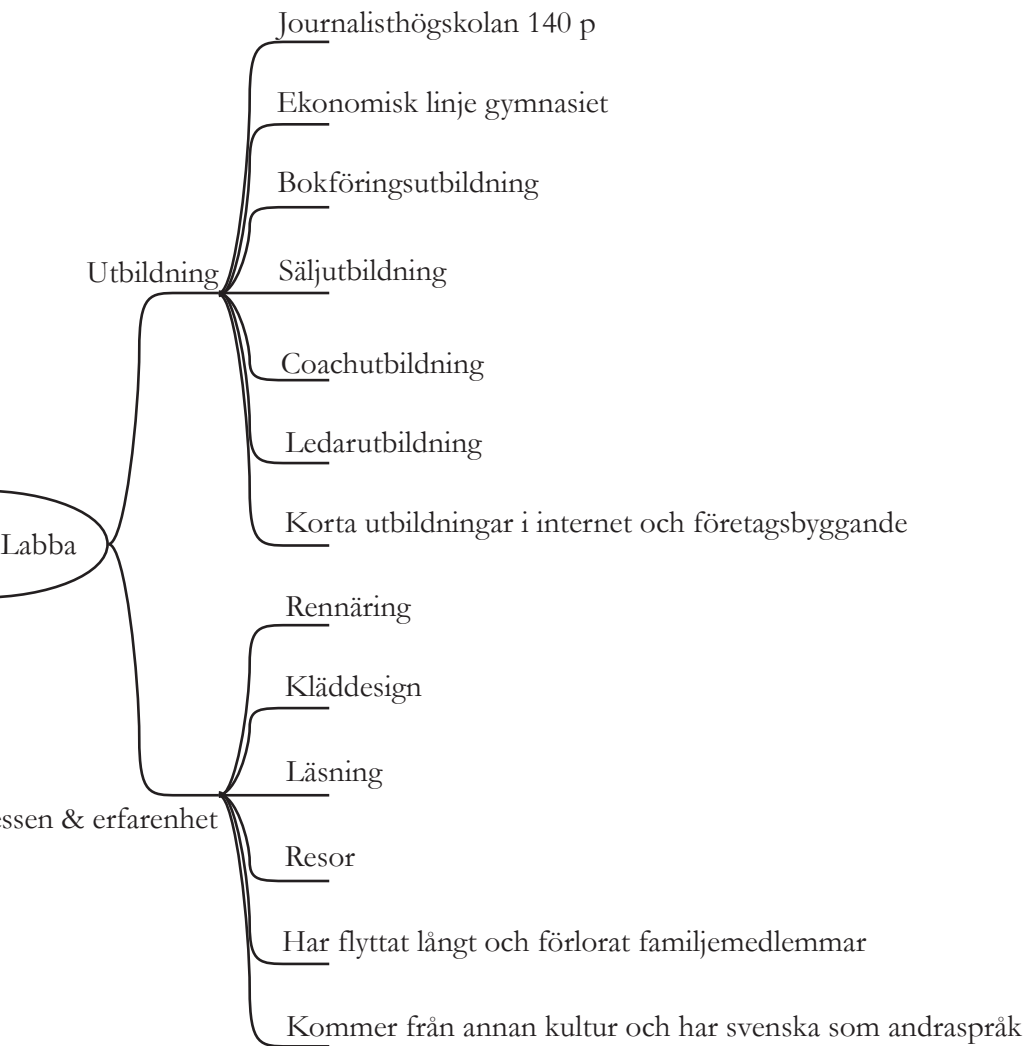
Jag önskar dig all lycka till med både kunskapsinventering, paketering

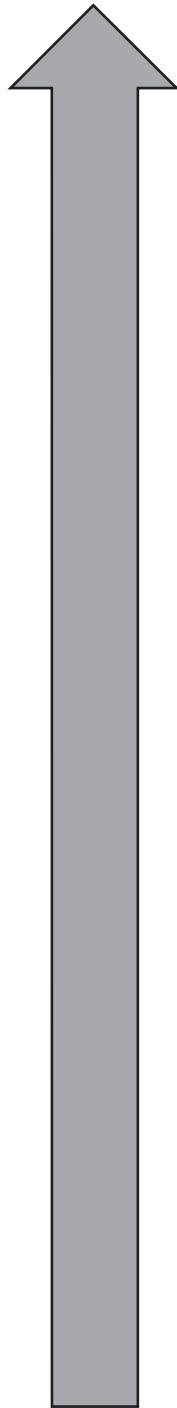
och försäljning. Hoppas du skapar ditt bästa företag och njuter av resan på samma gång.

Bilagor

Exempel på Mind Map

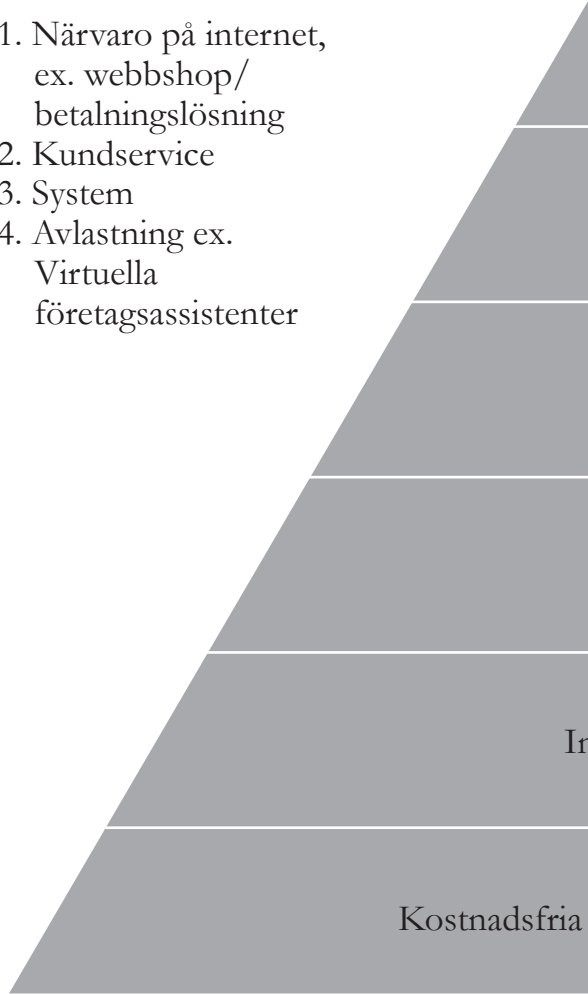






Kunskapspaketeringsmodellen - Ett sätt att sälja tjänster

1. Närvaro på internet,
ex. webbshop/
betalningslösning
2. Kundenservice
3. System
4. Avlastning ex.
Virtuella
företagsassistenter



Kostnadsfria

Ir

Exklusivt &
Din tid med
kund

Mastermind/
Exklusiv grupp

LIVE Workshops / Kurser

Avancerad Utbildning

Basic Utbildning

Semi-öppen Medlemsklubb

Introduktionsprodukter & Tjänster

Ge-bort-produkter / Informationsprodukter

Uljningsmodeller via de kostnadsfria produkterna

En inbjudan från ViviAnn



GRATIS 30-dagars medlemskap i **Business Smart[®] Club**

*“Jag tror att kontinuerligt lärande och implementering är mycket viktiga delar i en framgångsrik verksamhet. Därför inbjuder jag dig till att lära dig ännu mer GRATIS under 30 dagar i min **Business Smart[®] Club**. Jag vill att du ska känna dig inspirerad att ta nya steg varje dag!”*

ViviAnn Labba

Business Smart[®] Club är platsen där du lär dig ännu mer, får inspiration och motivation. Allt med ett syfte: att skapa professionella och lönsamma företag med motiverade och passionerade ägare. Du får ta del av:

- **Tips & idéer**
- **Teleklasser varje månad**
- **Vår resursbank**
- **...och mycket, mycket mer...**

Den här månatliga medlemsklubben hjälper dig att vara fokuserad, motiverad och att agera för att du ska nå de företagsvisioner som du satt upp för dig.

OBS! Du får 30-dagars GRATIS medlemskap i **Business Smart[®] Club nu!** Gå till vår hemsida och anmäl dig: www.BusinessSmartClub.se

För din välgång,

ViviAnn Labba

Författare till boken: *Agera Business Smart[®] - Paketera Din Kunskap och Tjäna Mer!*

Har du vänner, familj eller kollegor som skulle dra nytta av att läsa boken?

Du kan nu få 5 BÖCKER GRATIS som du kan dela med dig av till andra!

Ärligt talat är det ju så mycket roligare att utveckla sitt företag när man har någon eller några omkring sig som vill samma sak som du. Det finns väl inget värre än när någon säger “det går inte” eller “det kan väl aldrig fungera”?

Men när du och dina vänner, familj eller kollegor förstår vad det är du håller på med så blir det så mycket lättare och roligare. Det kommer att ge dig mer energy, kraft och motivation – likaså kommer de att känna att de kan pusha dig på rätt sätt!

Jag vill göra det så enkelt för dig som möjligt att dela med dig av boken: *Agera Business Smart*[®] - *Paketera Din Kunskap och Tjänä Mer!* till dina vänner, familj och kollegor. Jag vill göra det möjligt för er att utveckla era företag tillsammans!

Så det här är mitt erbjudande till dig:

Köp 5 exemplar av boken: *Agera Business Smart*[®] - *Paketera Din Kunskap och Tjänä Mer!* - Få 5 BÖCKER HELT GRATIS!

Du läste rätt. Du får 10 exemplar till priset av 5. Så nu kan du dela med dig av böckerna till dina närmaste vänner, kollegor och familj! Det här erbjudandet är bara tillgängligt för de som har läst *Agera Business Smart*[®] - *Paketera Din Kunskap och Tjänä Mer!*

Ni beställer böckerna genom att gå till den här lösenordsskyddade hem-sidan:

www.BusinessSmart.se/5gratis

Skriv in lösenordet: **Business Smart**
för att komma in på sidan och beställa

Du undrar kanske varför jag rabatterar böckerna med 50 %? Jo, det är ganska enkelt. Jag vill helt sprida budskapet om kunskapspaketering till alla tjänsteföretagare i hela Sverige. Den här boken ska läsas, nötas och funderas över – den ska inte ligga på någon hylla, i någon kartong eller på något lager. Nej, den ska du hålla i handen och använda!

Tack för att du vill dela med dig av boken till andra som du känner!

GRATIS Tips och Råd

Mind-mapping program

Gratis program:

<http://www.freemind.sourceforge.net>

<http://www.mindmapping.com>

Virtuella företagsassistenter:

<http://www.DinAssistentOnline.se>

GRATIS RAPPORT: 3 enkla steg till fler kunder, mer pengar och ett mer tillfredställande företagande! Din bonus: En MP-3 fil om innehållet.

Om du vill utveckla ditt företag så att du gör smartare marknadsföring, skaffa fler kunder och tjäna mer pengar – börja här! Ladda ner gratis rapporten och få några tips och idéer om hur du kan gå tillväga. Gå till hemsidan: **www.BusinessSmart.se** och lämna ditt namn och e-postadress så får du del av rapporten och en MP3-ljudfil.

GRATIS RAPPORT: 97 sätt en Assistent Online kan hjälpa dig att öka omsättningen i företaget.

För att växa och utveckla ditt företag – kan du inte göra allting själv. Du behöver ta hjälp så att du kan fokusera på det som du är bäst på och låta andra göra det du inte kan, vill, hinner eller orkar.

Ladda ner vår gratis rapport om 97 olika sätt en virtuell företagsassistent kan hjälpa dig öka omsättningen i ditt företag. Gå in på hemsidan: **www.DinAssistentOnline.se** och lämna ditt namn och din e-postadress för att få tillgång till rapporten.

Samtidigt som du laddar ner rapporten får du tillgång till våra nyhetsbrev som utkommer en gång i veckan.

OBS! Det är samma nyhetsbrev för både Business Smart och Din Assistent Online.

Kontaktuppgifter

VIVIANN LABBA

Adress:

Business Smart®
Olden 231
830 51 Offerdal

Telefon: 070-545 75 92

E-post: order@BusinessSmart.se

Huvudhemsida:

www.BusinessSmart.se

Andra hemsidor:

www.DinAssistentOnline.se

Kontakta mig online:

www.viviannfacebook.com
www.BusinessSmart.se/blogg

För diskussioner om mängdrabatt, promotion och sponsoring av boken *Agera Business Smart® - Paketera Din Kunskap och Tjäna Mer!* kontakta oss på 070-545 75 92.

Om författaren



ViviAnn Labba är en inspirerande business coach, engagerad talare, kreativ och idérik online business manager och numera också författare till boken: *Agera Business Smart[®] - Paketera Din Kunskap och Tjäna Mer!*

Hon har sedan 1995 arbetat med kommunikation i olika former och driver nu eget företag. Hon tillhandahåller utbildningar och coaching för solo- och småföretagare i hela Sverige. Hon är en av de första i Sverige att hyra ut virtuella företagsassistenter till företagare, se **www.DinAssistentonline.se**

ViviAnn bidrar kontinuerligt med artiklar som handlar om företagsutveckling och marknadsföring till de nationella företagarforum som finns på internet. Dessa forum är bl.a.

- www.nyttforetag.com – med över 13 000 unika besökare/månad
- www.driftig.nu – med över 15 000 unika besökare varje månad
- www.foretagande.se – med över 25 000 unika besökare/månad

ViviAnn har tidigare arbetat inom inom Sveriges Radio (SR) och Sveriges Television (SVT) som ansvarig producent, programledare samt vikarie- rande Nyhetschef. Hon har också erfarenhet av att arbeta som projektledare samt verksamhetsledare/samordnare för ett regionalt resurscentrum för kvinnor i Jämtlands län.

Hon är certifierad coach: Associate Certified Coach (ACC) genom International Coach Federation (ICF) som är världens största branschorganisation för coacher. Hon är utbildad vid bland annat Coaches Training Institute (CTI) samt Coachutbildning i Sverige AB.

ViviAnn är ursprungligen från byn Övre Soppero, som ligger nordöst om Kiruna i Norrbotten. Hon har sedan 2003 bott i byn Olden i nordvästra Jämtland tillsammans med sin fästman och två hundar.

Formulär för att beställa böcker

Fax: 0640-920 72
Telefon: 070-545 75 92
Online: www.Businesssmart.se
Via post: Business Smart®
Olden 231
830 51 Offerdal

Jag beställer följande:

_____ exemplar av *Agera Business Smart® - Paketera Din Kunskap och Tjäna Mer!*

Namn:

Adress:

Postnummer:

Postort:

Telefon:

E-post:

FRAKT:

Sverige: 39 SEK för det första exemplaret, sedan tillkommer ytterligare 10 SEK för varje ny bok.

Internationellt: 95 SEK för det första exemplaret, sedan tillkommer ytterligare 50 SEK för varje ny bok.

BETALNING:

Faktura Betalningslänk via Payson Faktura från Paypal

Agera Business Smart®

- Paketera Din Kunskap och Tjäna Mer!

Boken ger dig verktygen för att snabbt och effektivt paketera din kunskap till säljbara tjänster och produkter. Din framgång som företagare är beroende av hur väl du har paketerat det du säljer. I boken lär du dig:

- Hur du inventerar din kunskap
- Hur du hittar de rätta kunderna
- Olika former av kunskapspaketering
- Hur du skapar en genomtänkt paketering i ditt företag

Så här säger några av våra kunder:

“Du kommer att lära dig massor av saker, få nya idéer och infallsvinklar, mycket energi och motivation. ViviAnn är otroligt kunnig och vet vad hon pratar om. Det är ett rent nöje! Jag är jättenöjd!”

Annelie Hirschfeld, Footprints Coaching & Consulting AB, Stockholm

”ViviAnn har hjälpt mig med vad jag ska fokusera på i mitt nystartade företag, vilka steg jag ska ta för att komma vidare och hur jag kan tänka. Det har varit värdefullt för mig eftersom jag inte haft något eget företag förut. Jag rekommenderar ViviAnn varmt.”

Marie Bergwall, Livscoach, Stockholm

ViviAnn Labba är en inspirerande business coach, engagerad talare, online business manager och numera också författare och bokförläggare.

Hon har arbetat med kommunikation sedan 1995 och driver **www.BusinessSmart.se** och **www.DinAssistentOnline.se**.

Hon coachar och utbildar företagare, ledare och medarbetare och hyr ut virtuella företagsassistenter till företagare i hela Sverige. ViviAnn är en flitig skribent och bloggare i flera företagarforum på internet.