

Kört fast? Byt målgrupp

Mindre konkurrens, bättre betalt och mer fokus på ditt specialområde. Det är fördelar du kan få av att leta kunder på nya platser.

ATT SKAFFA SIG ett nätverk är alltid bra. Men att skaffa sig ett inom fel bransch kan vara ännu bättre. Det menar företagsrådgivaren Bengt E Svensson på Nyföretagarcenter Syd, som ständigt påminner de företagarna han coachar om att ta kontakt med personer inom helt andra segment.

– Att vara företagare innebär alltid att försöka gå vidare. Genom att ta kontakt med personer som du vanligtvis inte träffar får du inte bara nya infallsvinklar, utan även nya kunder, säger han.

Det som oftast hindrar folk till att söka nya jaktmarker är, enligt honom, brist på mod.

– När man ger sig ut på djupare vatten vet man inte

hur djupt det är. Men man måste våga ge sig ut för att testa, annars får man aldrig reda på det.

En som valde att testa är småföretagaren Karin Sax Granlöf. Hon är utbildad körledare och jobbade i mer än tio år som vikarie på olika skolor. En dag fick hon ett erbjudande om att leda en kör på Posten. Där fick hon både värdefulla kontakter och blodad tand. Snart hade hon slutat på skolorna för att starta eget – och satsa på företag som målgrupp.

– Det visade sig att det inte var så många körledare som höll på med företagskunder. Så jag fick ganska mycket förfrågningar utan att jag behövde leta, säger hon.

I samband med bytet av målgrupp tvingades hon banta ned sin kompetens till ett så smalt specialområde som möjligt och därmed inse vad hon var allra bäst på. Något hon rekommenderar alla företagare att göra redan innan de siktar på en ny målgrupp.

– Är man till exempel frilansmusiker, som jag, är man oftast lite allt i allo. Det funkar inte när man jobbar mot företag, då måste man vara jättetydlig. De förutsätter att jag har kunskapen och bredden men vill även veta vad just jag har för specialitet

I dag leder hon körer främst inom tjänstemannasektorn men fortsätter prova nya jaktmarker.

– Jag försökte med byggbranschen ett tag men det var fel forum märkte jag direkt. Då är det bara att gå vidare.

KAROLINA SKOGLUND



– Det var inte så många körledare som höll på med företagskunder, säger Karin Sax Granlöf.

KARIN SAX GRANLÖFS TIPS:

➔ Sök nya branscher

Sök dig till olika affärsnätverk. Där lär du dig mycket om hur företag utanför den egna branschen jobbar och kan skaffa dig kunskap om varför de skulle behöva dig.

➔ Förenkla

Anpassa dig efter din nya målgrupp genom att förenkla ditt koncept något. Det du gör troligtvis är helt nytt för dem.

➔ Skaffa en mentor

Det kan hjälpa dig i frågor om hur du bäst presenterar dig, vad som är rimligt betalt och får dig själv att förstå vad du är bäst på.



SÄTT ATT NÄTVERKA EFFEKTIVT

1. Lär dig om andra

→ Innan du träffar andra på något event eller liknande, läs på om dem via LinkedIn eller liknande. Vad gör de just nu? Vad intresserar dem?

2. Skapa värde

→ Kan du hjälpa någon i ditt nätverk genom att sätta denne i kontakt med någon annan? Gör detta omedelbart. Du skapar värde för andra och får tillbaka.

3. Var minnesvärd

→ När någon frågar "vad gör du?" så ge inte ett standardsvar om ditt företag eller karriär. Nämn något som definierar vem du är. Kanske spelar du hårdrock på bastuba på fritiden, det är också "något du gör". Det lättar upp stämningen och öppnar för samtal.

4. Skriv en lista

→ Skriv ner viktiga ämnen som kom upp under det event du besökte. Det hjälper dig att minnas potentiella affärs- möjligheter, ger referenser till nästa event samt att du blir en person som "har koll".

5. Ge små löften

→ Och håll dem! Skicka det där mejlet eller ring det där samtalet du lovade någon. Alla bra nätverkare är pålitliga.

6. Belöna viktiga kontakter

→ Håll en lista över dina fem viktigaste kontakter och gör något varje vecka som skapar värde för deras företag. Skicka en bok eller bjud in till en lunch tillsammans med någon av dina andra viktiga kontakter.

Källa: Lewis Howes, Entrepreneur.com

Kom igång

SJUNG PÅ JOBBET Att bilda en kör inom företaget har blivit ganska vanligt och räknas som friskvård. I kören har chefer och anställda samma förutsättningar, vilket stärker de sociala banden.

