

NEXT STATE™

GRATIS KURS · ARBETSBOK

VINN STÖRRE AFFÄRER



Övningar till kursens åtta lektioner. För dig som äger ett konsultbolag eller annat tjänstebolag inom B2B.

Av Johan Åberg

BYGG ETT FÖRETAG SOM GER DIG LIVET DU VILL HA

Ditt bolag är ett verktyg. Innan du vässar försäljningen behöver du veta vilket liv bolaget ska ge dig. I den här lektionen gör du en ärlig nulägesbild och beskriver målet.

Kort sammanfattning. Ett företag är ett verktyg för livet du vill ha. Börja med att betygsätta åtta livsområden från 1 till 10 och beskriv målet i tre nivåer: nuläge, på god väg och drömliv. Då vet du vad större affärer ska ge dig.

I lektionen lär du dig

- Hur du betygsätter åtta områden i ditt liv på tio minuter
- Tre nivåer som gör ditt mål konkret: nuläge, på god väg och drömliv
- Varför motivationen ökar när målet kopplas till flera områden

Modellen

Område	Fråga dig själv
Hälsa	Hur är träning, kost, sömn och energi i vardagen?
Känslor	Hur hanterar du stress? Känner du mening?
Relationer	Hur är det med partner, familj och nära vänner?
Tid och fokus	Har du kontroll över kalendern?
Företagande	Har bolaget utveckling, motivation och riktning?
Ekonomi	Hur ser din privata ekonomi och trygghet ut?
Syfte och värderingar	Vad står du för? Vad vill du bidra till?
Livsglädje	Vad får dig att skratta och känna dig levande?

Övning • cirka 20 minuter

1. Betygsätt de åtta områdena från 1 till 10.

2. Beskriv ditt liv på nivå 3. Vad vill du kunna göra? Hur mycket vill du arbeta? Vad ska bolaget göra möjligt?

3. Beskriv bolaget på nivå 2. Vilken omsättning vill du nå? Vilka kunder vill du ha? Vilket ansvar vill du själv ha?

4. Beskriv nivå 1, ditt nuläge utan filter. Vad fungerar, vad skaver och vad längtar du efter? Skriv sedan vad som måste förändras först och vad du ska sluta göra för att skapa utrymme.

5. Ringa in de två områden där en förändring i bolaget skulle göra störst skillnad.

Ditt resultat efter övningen: Du har valt vilka delar av bolaget som behöver förändras för att ge dig ett bättre liv.

Mitt första steg

Åtgärd	Datum	Vem håller mig ansvarig
--------	-------	-------------------------

VÄLJ KUNDER SOM UPPSKATTAR DITT VÄRDE

När du prickar din idealkund blir det lättare att vara unik, lösa viktigare problem och få marknadsföringen att träffa. Här är sju kriterier att kontrollera din idealkund mot.

Kort sammanfattning. En bra idealkund finns på en stabil eller växande marknad, går att nå, har pengar och en tydlig smärta. Era värderingar stämmer, du har passion för kunderna och du är kompetent på deras problem. Missar du ett kriterium blir försäljningen tyngre.

I lektionen lär du dig

- Sju kriterier som avgör om du har valt rätt idealkund
- Varför du ska vara huvudvärkstabletten, inte vitaminen
- Tre vanliga misstag när du väljer idealkund

Övning • cirka 30 minuter

1. Skriv ner hur du definierar din idealkund i dag.

2. Kontrollera definitionen mot de sju kriterierna. Vilket saknas?

3. Skriv ner vilken smärta du tar bort för idealkunden. Var konkret.

4. Skriv ner vad du behöver göra för att öka intäkterna från dina idealkunder de kommande tolv månaderna.

5. Välj ett mål för dina idealkunder de kommande tolv månaderna. Ange målgrupp, erbjudande, antal nya affärer och önskad intäkt. Skriv varför målet är viktigt nu och vilken första åtgärd du gör inom sju dagar.

Ditt resultat efter övningen: Du har en tydligare idealkund, ett prioriterat problem och ett mål för de kommande tolv månaderna.

Mitt första steg

Åtgärd	Datum	Vem håller mig ansvarig
--------	-------	-------------------------

TA BÄTTRE BETALT MED EN STARKARE AFFÄRSMODELL

Många tjänstebolag behöver tio gånger fler kunder än nödvändigt. Orsaken är för låg timdebitering, för små affärer och för lågt livstidsvärde. Här är fem riktmärken som visar var du ska börja.

Kort sammanfattning. Kunder betalar bra för problem som är specifika, viktiga, svåra och brådskande. Prissätt utifrån värdet av resultatet. Följ fem riktmärken: äkta timdebitering, genomsnittlig affär, årsintäkt per kund, livstidsvärde och täckningsbidrag.

I lektionen lär du dig

- Fyra kännetecken på ett problem kunder betalar bra för
- Fem ekonomiska riktmärken och hur du räknar på dem
- Skillnaden mellan att prissätta insatsen och resultatet

Modellen

Nyckeltal	Målnivå
Äkta timdebitering	Över 3 000 kronor, helst över 5 000
Genomsnittlig affär	Minst 100 000 kronor
Årsintäkt per kund	Minst 200 000 kronor
Livstidsvärde per kund	Minst 400 000 kronor
Pengar till dig	Täckningsbidraget: intäkten minus underleverantörer, inköp och andra direkta kostnader

Övning • cirka 45 minuter

1. Skriv ner det viktigaste problemet du löser för din idealkund.

2. Kontrollera problemet mot de fyra kännetecknen. Vilket är svagast?

3. Räkna ut dina fem riktmärken för de senaste tolv månaderna och jämför med målnivåerna.

4. Välj det riktmärke som ligger längst från målnivån.

5. Skriv en åtgärd som höjer nyckeltalet inom 90 dagar. Ange ansvarig, första steg, datum och hur du ser att den fungerat.

Ditt resultat efter övningen: Du vet vilket ekonomiskt riktmärke som begränsar bolaget mest och vilken åtgärd du ska testa inom 90 dagar.

Mitt första steg

Åtgärd	Datum	Vem håller mig ansvarig
--------	-------	-------------------------

VISA VARFÖR KUNDEN SKA VÄLJA DIG

Det finns fler experter än någonsin. Därför räcker det inte att vara duktig. Du behöver bevisa ditt unika värde, och du behöver våga berätta om det.

Kort sammanfattning. Det räcker inte att vara duktig. Skriv ner fem till sju bevis på vad du har åstadkommit, dela även motgångar och bygg en egen ton. Bevis tar tid att bygga, så välj ditt område och stanna där.

I lektionen lär du dig

- Hur du hittar de fem till sju bevis som gör dig unik
- Varför dina misslyckanden gör dig mer trovärdig
- Hur du skapar en egen ton som kunderna känner igen

Övning • cirka 30 minuter

1. Skriv ner fem resultat du har skapat för kunder. Beskriv kundens utgångsläge, vad du gjorde och vad som förändrades.

2. Välj det starkaste resultatet. Skriv varför det visar att du förstår din idealkunds problem bättre än alternativen.

3. Skriv ner en motgång som har format dig och vad du lärde dig av den.

4. Beskriv din ton med fem ord.

5. Välj ett bevis och publicera det på LinkedIn den här veckan.

Ditt resultat efter övningen: Du har ett konkret kundbevis och en tydligare grund för varför kunder ska välja dig.

Mitt första steg

Åtgärd	Datum	Vem håller mig ansvarig
--------	-------	-------------------------

BYGG ETT JÄMNARE INFLÖDE AV NYA KUNDER

De flesta ägare av tjänstebolag saknar en riktig motor för nya kunder och lever på hopp. Här får du den snitslade banan från ny kontakt till ny kund, med siffror.

Kort sammanfattning. En stabil leadsgenerator är ett recept, inte hopp. Välj en huvudkund, en huvudkanal och en huvudtjänst. Följ en veckorytm med nya kontakter, innehåll och ringtid, och led kunden genom kartläggningsmöte, avstämningsmöte och beslutsmöte.

I lektionen lär du dig

- De tre delarna i en leadsgenerator: huvudkund, huvudkanal och huvudtjänst
- En enkel veckorytm på LinkedIn som ger möten
- Hur tre timmars ringtid i veckan kan ge tolv kartläggningsmöten i månaden

Modellen

Steg	Siffra
Ringtid per vecka	3 timmar
Kartläggningsmöten per månad	Cirka 12
Affärer per månad	Cirka 3
Värde vid 100 000 kronor per affär	Cirka 300 000 kronor

Övning • cirka 45 minuter

1. Välj din huvudkund, huvudkanal och huvudtjänst.

2. Räkna baklänges från ditt intäktsmål. Hur många nya affärer behöver du? Hur många säljmöten kräver det? Hur många kontakter kräver det? Skriv din veckorytm utifrån siffrorna.

3. Boka in ringtiden i kalendern för de kommande åtta veckorna.

4. Skriv ner stegen i din säljprocess från första kontakt till beslut.

5. Skriv dina antaganden: genomsnittlig affär i kronor, andel möten som blir affär och antal möten du behöver per månad. Testa siffrorna i fyra veckor och justera sedan.

Ditt resultat efter övningen: Du har en veckorytm i siffror och vet hur många möten och kontakter ditt intäktsmål kräver.

Mitt första steg

Åtgärd	Datum	Vem håller mig ansvarig
--------	-------	-------------------------

SÄLJ UTAN ATT PRESSA: STÄLL RÄTT FRÅGOR

De flesta säljer som amatörer. De pratar för mycket om sig själva och pressar fram beslut. De bästa säljer som kirurger. Här är sju misstag som skiljer proffsen från amatörerna.

Kort sammanfattning. Proffs säljer som läkare. De leder samtalet med frågor, låter kunden prata minst två tredjedelar av tiden, hittar smärtan och säljer resultatet. Invändningar i slutet visar att något missades tidigare i mötet.

I lektionen lär du dig

- Hur du tar kontroll i säljmötet utan att pressa
- Varför kunden ska prata minst två tredjedelar av tiden
- Varför invändningar ska förebyggas tidigt, inte hanteras sist

Övning • cirka 30 minuter plus ett säljmöte

1. Spela in ditt nästa säljmöte med kundens tillåtelse.

2. Mät hur stor andel av tiden du pratade.

3. Skriv ner de tre bästa frågorna du ställde och en fråga du borde ha ställt.

4. Skriv ner kundens smärta med kundens egna ord.

5. Välj ett beteende att träna på i fem möten, till exempel att ställa en följdfråga innan du presenterar lösningen. Skriv efter varje möte om du gjorde det, ja eller nej, och vad effekten blev.

Ditt resultat efter övningen: Du har valt ett säljbeteende att träna på och ett sätt att mäta att du blir bättre.

Mitt första steg

Åtgärd	Datum	Vem håller mig ansvarig
--------	-------	-------------------------

STÄRK DIN INSTÄLLNING SOM FÖRETAGARE

Du kan ha rätt idealkund, en vass affärsmodell, bevis och ett flöde av leads. Utan rätt attityd faller ändå allt. Här är fyra saker en bergfast attityd byggs på.

Kort sammanfattning. En bergfast attityd bygger på mod, inte på att vara orädd. Den håller när du har rätt umgänge, en mentor som gjort resan, tydliga löften för de viktigaste sakerna och ett system där någon annan håller dig ansvarig.

I lektionen lär du dig

- Skillnaden mellan att vara orädd och att vara modig
- Fyra områden som håller din attityd stabil
- Hur ett enkelt system för ansvar gör att du faktiskt genomför

Övning • cirka 30 minuter

1. Skriv ner en sak som är läskig och som skulle flytta ditt bolag framåt. Gör den inom sju dagar.

2. Lista fem personer du har nära kontakt med. Vem hjälper dig att tänka större? Vem håller dig ansvarig? Vem drar dig bort från det du försöker bygga?

3. Välj en person som kan hjälpa dig inom ditt viktigaste område. Skriv vad personen konkret kan hjälpa dig med. Boka ett samtal eller skicka en tydlig fråga inom sju dagar.

4. Sätt två eller tre löften för de kommande 90 dagarna.

5. Välj en person som ska hålla dig ansvarig för löfterna, och boka en tid varje vecka.

Ditt resultat efter övningen: Du har valt dina viktigaste löften, dina stödpersoner och ditt första samtal om ansvar.

Mitt första steg

Åtgärd	Datum	Vem håller mig ansvarig
--------	-------	-------------------------

FRÅN KUNSKAP TILL HANDLING I DITT FÖRETAG

Om du har sett alla lektioner vet du vad som krävs. Frågan är om du gör det. Den här lektionen handlar inte om mer information. Den handlar om att genomföra.

Kort sammanfattning. Mer aktivitet löser inte ett strukturellt problem. Skifte 1 till 3 handlar om vem du är till för, vad du säljer och varför just du. Skifte 4 till 6 handlar om flöde, avslut och dig själv. Gör en 30 dagars plan och utse någon som håller dig ansvarig.

I lektionen lär du dig

- Varför mer aktivitet inte löser ett strukturellt problem
- Hur de sex skiftena hänger ihop
- Hur du gör kursen till en förändring i stället för något du gillade

Modellen

Skiften	Det handlar om
1 till 3	Vem du är till för, vad du säljer och varför just du
4 till 6	Hur du skapar ett flöde, avslutar affärer och bygger dig själv

Övning • cirka 20 minuter

1. Gå tillbaka till lektion 1 och läs dina svar för nivå 1, 2 och 3.

2. Välj det skifte där du har störst gap.

3. Välj en huvudåtgärd för de kommande 30 dagarna. Skriv två stödåtgärder som gör den möjlig.

4. Boka alla tre åtgärderna i kalendern med datum, tid och förväntat resultat.

5. Välj en person som håller dig ansvarig. Skicka planen till personen i dag och boka en uppföljning om 30 dagar.

Ditt resultat efter övningen: Du har en prioriterad 30 dagars plan i kalendern och en person som håller dig ansvarig.

Mitt första steg

Åtgärd	Datum	Vem håller mig ansvarig
--------	-------	-------------------------

DIN 30 DAGARS PLAN

Samla de viktigaste åtgärderna från alla lektioner. Max fem. Fler än så blir inte gjorda.

Åtgärd	Skifte	Första steg	Datum	Klar

Vem håller mig ansvarig, och när stämmer vi av varje vecka?

Nästa steg

- Gå djupare i alla sex skiften i boken: [Köp Vinn större affärer](#)
- Vill du genomföra skiftena med stöd i ditt bolag? [Gör en intresseanmälan till Inner Circle](#)
- Filmerna och hela kursen: nextstate.se/vinn-storre-affarer-kurs