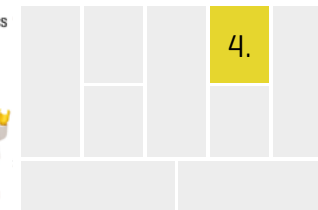




Værktøj: Storytelling 1



Resultat: Storytelling hjælper dig med at skabe en bestemt opfattelse af din virksomhed for at øge kunderelationer. En virksomhedshistorie kan nemt kommunikeres ved hjælp af forskellige kanaler (f.eks. hjemmesider, TV, aviser)

1. Hvilke drivkræfter var de vigtigste for etableringen af virksomheden?

3. Hvilke slags udfordringer stod du over for i etableringsprocessen?

5. Hvad var nøglefaktorerne, der gjorde virksomheden succesfuld? Hvis forretningen ikke lykkedes, hvad var de vigtigste årsager?

2. Hvem (virksomhedsmedlemmer) deltog i etableringen af virksomheden?

4. Var der noget, der overraskede dig på vejen?



Tip: Udvikl et pitch baseret på følgende opgave, som overtaler en kunde til at købe et bestemt produkt eller en bestemt serviceydelse. Overvej, hvordan du kan kommunikere værdi til kunderne.

Værktøj 3: Kundeforståelse

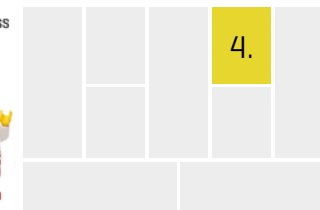
Værktøj
Start

Table of
Contents





Værktøj: Storytelling 2

BUSINESS
MODEL
CANVAS

1. Opstilling

Opstil baggrunden – Hvad var din livssituation, før du startede virksomheden?

3. En stigning i action

Hvilke problemer oplevede du, før du fik den første klient eller nåede punktet, hvor indtægterne gik lige op med omkostningerne?

5. Klimaks

Hvad overbeviste dig om at fortsætte? Hvad gjorde du?

2. Igangsættende hændelse

Hvad motiverede dig til at etablere en virksomhed?

4. Krise

Har du nogensinde overvejet at lukke en virksomhed? Hvilke slags kriser har du oplevet?

6. Løsningen

Hvad er strategien og visionen for din virksomhed?



Tips: Gå historien igennem igen og udvælg de vigtigste dele, der skal fremhæves med dine interesser. Afslut din historie og test den med følgende interne og eksterne interesser. Internt: medarbejdere, direktører og ledelse. Eksternt: kundesegmenter (det kan variere mellem segmenterne), forretningspartnere, leverandører, investorer, aktionærer.