



Välkommen till del 2 av Online Academy!



Välkommen!



Del 2: Hitta din "superpower" och din fanclub!

- Vem är du som gör dig bättre än dina konkurrenter?
- Vilka är dina kunder som avgudar dig?
- Hur blir man fullbokad på en mättad marknad?

Välkommen till del 2 av Online Academy!



Mina första trevande steg

- Analyserade marknaden
- Hittade min första specialitet
- Hittade min första målgrupp

- Vem är du som gör dig bättre än dina konkurrenter?
- Vilka är dina kunder?
- Hur blir man fullbokad på en mättad marknad?



Vem är du?

Fråga dig själv:

- Vad har du för talanger?
- Vad brinner du för?
- Vilka specifika egenskaper har du?
- Vilka föreläsningar och böcker investerar du i?

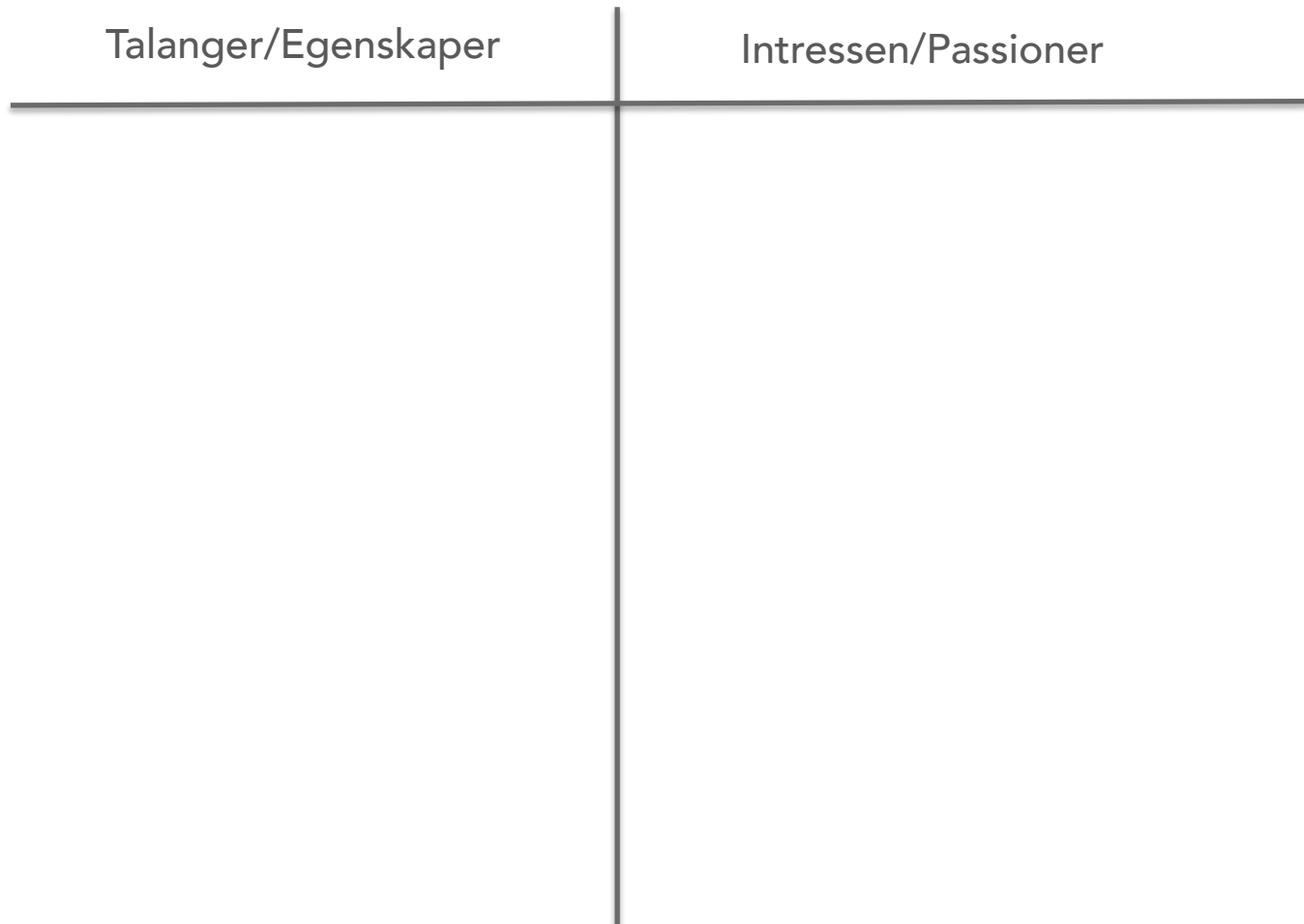
Fråga andra:

- Vad säger dina vänner och familj om dig?
- Vad säger dina kunder om dig?



Online Academy, Del 2

- Vem är du som gör dig bättre än dina konkurrenter?
- Vilka är dina kunder?
- Hur blir man fullbokad på en mättad marknad?





Online Academy, Del 2

- Vem är du som gör dig bättre än dina konkurrenter?
- Vilka är dina kunder?
- Hur blir man fullbokad på en mättad marknad?



Din unika nisch

- Ta de två högst betygsatta egenskaperna och kombinera dem
- = Din yrkespersonlighet som gör dig unik i din bransch

Online Academy, Del 2

- Vem är du som gör dig bättre än dina konkurrenter?
- Vilka är dina kunder?
- Hur blir man fullbokad på en mättad marknad?



Hitta din fanclub

- Vilka kunder har du idag?
- Vilka kunder tycker du är roligast?
- Beskriv deras karaktäristiska drag: Geografi, kön, ålder, livssituation, problem/behov, intressen, etc
- Varför kommer de till dig?

Online Academy, Del 2

- Vem är du som gör dig bättre än dina konkurrenter?
- Vilka är dina kunder?
- Hur blir man fullbokad på en mättad marknad?

Kund (sätt siffror mellan 1-10 där hög siffra är positivt och låg siffra är negativt)	Relation	Geografi	Problem	Praktiskt	Betaling	Totalt
Prioritering (sätt siffror mellan 1-5 där låg siffra är hög prio och hög siffra är låg prio)						---

Online Academy, Del 2

- Vem är du som gör dig bättre än dina konkurrenter?
- Vilka är dina kunder?
- Hur blir man fullbokad på en mättad marknad?

Kund (sätt siffror mellan 1-10 där hög siffra är positivt och låg siffra är negativt)	Relation	Geografi	Problem	Praktiskt	Betalning	Totalt
Företag A	8	2	6	4	10	30
Migränkunder	2	5	10	7	8	32
Viktninskning online	1	10	10	10	2	33
Fotbollslaget						
Prioritering (sätt siffror mellan 1-5 där låg siffra är hög prio och hög siffra är låg prio)	4	5	1	3	2	---

- Vem är du som gör dig bättre än dina konkurrenter?
- Vilka är dina kunder?
- Hur blir man fullbokad på en mättad marknad?



Vad jobbar du med?

- Vem är din typiska kund? (1)
- Vad har den för problem (2)?
- Hur påverkar det dem? (3)
- Vad gör du för dem (4)?
- Hur mår de därefter/vad får de för resultat? (5)

Online Academy, Del 2

- Vem är du som gör dig bättre än dina konkurrenter?
- Vilka är dina kunder?
- Hur blir man fullbokad på en mättad marknad?



Hisspitchen!

- Med hjälp av de här tre delarna skapar du en hisspitch enligt den här modellen:
- Min vanligaste kund är (1) som har problem med (2) vilket gör att hen (3). Jag hjälper hen genom (4) vilket gör att hen (5).



Online Academy, Del 2

- Vem är du som gör dig bättre än dina konkurrenter?
- Vilka är dina kunder?
- Hur blir man fullbokad på en mättad marknad?



Din hemläxa!

- Gör de två övningarna och ta fram de två talangerna/egenskaperna och kundkategorierna som du får bäst resultat på.
- Skapa din hisspitch och öva den på några av dina vänner/familj eller andra bekanta tills den sitter.