

A woman with long brown hair, wearing black-rimmed glasses and a light blue button-down shirt, is seated in a wooden chair. She is looking towards the right of the frame with a slight smile. Her hands are resting on a dark surface, possibly a desk or a folder, and she appears to be holding a white object, perhaps a pen or a small tool. The background is a plain, light-colored wall.

**Så skaffar du
kunder till ditt
tjänsteföretag**

Holger Wästlund

Så skaffar du kunder till ditt tjänsteföretag

Holger Wästlund

Denna e-bok är utgiven av:

Tipsförlaget

e-post: holger.wastlund@gmail.com

mobil: 070 594 36 20

Hemsida: <https://tipsom.se>

Andra böcker i denna serie:

Marknadsföring för konsulter, e-bok

Sök jobb som konsult så här, e-bok

Bli professionell managementkonsult – 250 tips för managementkonsulter och andra konsulter, häftad bok

© Författaren och Tipsförlaget

Författare: Holger Wästlund

ISBN: 978-91-519-7292-3

Mångfaldigande av innehållet i denna e-bok, helt eller delvis, i tryckt eller elektronisk form, är enligt lagen om upphovsmannarätt förbjuden utan skriftligt medgivande av författaren

Innehåll:

[Välkommen!](#)

[Om författaren](#)

[Råd 1: Så slipper du konkurrens och prisdiskussioner](#)

[Råd 2: Marknadsföring som inte kostar något](#)

[Råd 3: Här har du 20 andra sätt att skaffa uppdragsgivare](#)

[Råd 4: Checklista för att starta ett konsultföretag](#)

[Din framtid som konsult](#)

[Tack!](#)

Innehållet i den e-bok som du nu läser är hämtat från boken "[Starta eget som konsult](#)".



Ett axplock ur innehållet i den boken:

- Så funderar framtidens konsult
- Vilka egenskaper bör du ha för att lyckas?
- Så gör du för att snabbt få din konsultverksamhet lönsam
- Så tar du rätt betalt
- Så utvecklar du det viktigaste för din verksamhet – dig själv
- Värdefulla länkar till sajter där du kan lära dig mer
- Sju misstag du bör undvika
- Så sätter du upp dina egna mål
- Checklista för att starta ditt konsultföretag

Du kan få tag på "[Starta eget som konsult](#)" på [Bokus](#), [Adlibris](#) eller [direkt från Tipsförlaget](#).

Välkommen!



Du är välkommen till denna e-bok som handlar om hur du skaffar kunder till ditt tjänsteföretag – snabbt och lönsamt.

I Sverige finns några böcker och i USA finns många böcker om att starta eget företag inom olika branscher. De flesta som jag har läst börjar med hur man formulerar sin egen detaljerade affärsplan. När man läst ungefär halva boken kommer man till de kapitel som handlar om hur man skaffar kunder och skapar lönsamhet.

Du som valt att läsa denna e-bok har redan kommit en bra bit på väg – du vet förmodligen vilka tjänster du vill sälja och det gäller att skaffa kunder så fort som möjligt. Mitt råd är:

Sätt i gång med det du instinktivt tror på. Skaffa kunder och jobba med företagets lönsamhet så fort som möjligt. Parallellt med detta kan du ta god tid på dig för att formulera din affärsplan, helst ihop med dina uppdragsgivare, och med erfarenheterna av hur du fått dina kunder som grund.

Min fru och jag har ett litet konsultföretag tillsammans och våra tre söner har alla startat egna företag. Alla har satt i gång sina företag med en grov idé om vad vi vill göra men senare under färdens gång har en helt annan affärsidé vuxit fram. Alla har vi haft stor nytta av att vi satt i gång så att vi i det praktiska livet kunnat testa vad kunderna verkligen efterfrågar, vilka konsulttjänster som varit mest lönsamma och vad vi själva gillar att hålla på med. Med den bakgrunden har vi formulerat våra affärsplaner i ett senare skede i lugn och ro.

Jag har ingen statistik på hur många företag som startat upp med en ungefärlig idé om vad man vill hålla på med och successivt ändrat riktning till en annan affärsidé när man lärt sig mer om hur man skaffat sina kunder. Jag tror att det är väldigt många, kanske den övervägande delen av alla företag?

Hur gör de som lyckas?

Jag har haft en unik möjlighet att se detta på nära håll. Jag har en bakgrund från ett stort konsultföretag. Över hälften av våra uppdrag var tidigare utlandsjobb där ett fåtal kontaktpersoner hade skaffat in några jättestora uppdrag. Våra kontor i Sverige blev som effektiva produktionskontor med en massa konsulter som arbetade fram rapporter och ritningar som skickades i väg ut i världen till uppdragsgivare som väldigt få av våra medarbetare hade träffat.

Plötsligt tog de stora utlandsuppdragen slut och då tillträdde jag som VD för ca 1300 personer. Jag fick då vara med om att ställa om företaget till den svenska marknaden. Våra konkurrenter fanns redan där, väl inarbetade, så marknaden var tuff. Vi organiserade om hela företaget till drygt 200 små konsultgrupper, som alla skulle ut och skaffa kunder och lönsamma uppdrag, utveckla sin egen kunskap, anställa och i vissa fall friställa personal samt ansvara för gruppens egen ekonomi. Nu skulle våra konsulter ställa om sig till små framgångsrika företagare. De olika grupperna lyckades mer eller mindre bra. De som inte lyckades hjälpte vi i gång med egen verksamhet utanför vårt företag inom alla möjliga branscher. Det blev IT-företag, HR-företag, byggkonsulter m.m. och många av dessa följde jag under lång tid framåt.

Jag har sedan som konsult och outplacementkonsult hjälpt många personer och företag, jag har skrivit flera böcker, föreläst och deltagit i seminarier om att starta företag inom olika branscher.

Det finns flera facktermer som du behöver känna till som företagare och konsult. Jag har sammanställt två olika ordlistor, en om att starta eget och en om att jobba som managementkonsult. För att du ska vara säker på att dessa ordlistor hålls aktuella finns de inte i denna e-bok utan på följande länkar <https://tipsom.se/ordlista-om-ska-starta-eget> och <https://www.tipsom.se/holger-wastlund/ordlista-for-managementkonsulten/> Där förnyas de successivt.

E-boken innehåller många råd och tips. Välj de som passar dig och din situation bäst och gå in för dem till 100 %. Min strävan är att ge dig verktyg i en lättläst form som hjälper dig att göra verklighet av dina drömmar och det är naturligtvis du själv som måste ta ansvar för hur du kommer lyckas.

Jag önskar dig lycka till på din spännande resa.

Holger Wästlund

e-postadress: holger.wastlund@gmail.com

webbsida: <https://tipsom.se>

Om författaren



Konsult är inte något man bara blir. Det finns många som, lite slarvigt, säger att "när jag slutar mitt vanliga jobb så tänker jag jobba som konsult." Eller "jag har just nu inget jobb så jag får väl konsultera i stället". Att vara konsult eller sälja tjänster överhuvud taget är jobb som ska bedrivas lika professionellt som alla andra yrken.

Jag har en bakgrund som VD och koncernchef på VBB (Vattenbyggnadsbyrå AB, som senare blev en del av Sweco) ett konsultföretag med tekniska konsulter, arkitekter, ekonomikonsulter och andra former av konsulter. När jag tillträdde VD-befattningen hade företaget lönsamhetsproblem. Vi var tvungna att minska personalen från ca 1300 till ca 900 och införa en rad lönsamhetsförbättrande åtgärder. Därefter var det dags att expandera genom att nyanställa och köpa upp andra konsultföretag. När jag lämnade min VD-roll var vi ca 2500 anställda, visade betydligt bättre lönsamhet och företaget hade då børsintroducerats.

En sådan s.k. "turn-around" gör man inte ensam. Jag anlidade olika konsulter. Det största företaget var McKinsey & Co men jag anlidade även några enmans-, s.k. solokonsulter. Jag har således suttit i rollen att ta in offerter och köpa konsulttjänster från flera olika konsulter. Jag lärde mig mycket och de viktigaste erfarenheterna från detta finns med som tips och råd i denna e-bok.

När jag lämnade min operativa roll som VD gick jag över till ett annat konsultföretag, Cepro Management Consultants AB. Där hade jag nytta av de kunskaper jag fått när jag jobbade som konsult åt större industriföretag i Sverige som t.ex. Volvo, Scania, Astra m.fl. Där breddade jag mina konsulttjänster till att omfatta många olika sorters konsultuppdrag,

Efter Cepro-perioden har jag jobbat som solokonsult och även som "chef-att-hyra".

Jag berättar detta för att detta är en väg att komma in i jobb som innebär att man måste skaffa kunder till sitt tjänsteföretag. I mitt nätverk finns på motsvarande sätt konsulter med mycket olika bakgrunder; teknik, ekonomi, IT, marknad, HR etc. Det är många som varit specialister i en operativ roll eller som konsulter och som den vägen utvecklats till professionella konsulter.

En annan väg att komma in i konsultyrket är genom kvalificerade studier på olika skolor.

Det finns många skäl att skriva denna e-bok:

1. Marknaden för konsulter växer kontinuerligt såväl i Sverige som internationellt.
2. Konsultbranschen håller på att förändras. Företag och organisationer internationaliseras och därmed blir också fler konsultuppdrag internationella. Samtidigt ser vi en tydlig specialisering inom yrket. Fysiska möten kompletteras med eller ersätts av virtuella möten. De riktigt stora konsultföretagen var tidigare ensamma om att ha tillgång till erfarenhetsinformation i sina egna stora databaser. Mycket av detta kan nu även de mindre konsultföretagen hämta från Internet.
3. Många är intresserade av att hitta information om hur man blir konsult. Jag driver en sajt som heter "Tips om drömjobb", <https://tipsom.se>. Där presenterar jag ett 50-tal olika drömjobb med avseende på marknad, vad som krävs av den som engagerar sig, hur man blir anställd, hur man startar eget och lite om framtidsutsikterna. På sajten kan besökarna beställa tipsbrev för att få mer information om det eller de drömjobb som de är mest intresserade av och där man saknar information på annat håll. Genom detta kan jag hela tiden avläsa vilka jobb som besökarna är speciellt intresserade av att få mer information om. Här ser jag att intresset är stort för olika jobb inom tjänstesektorn.
4. Det finns flera böcker som handlar om hur man lyckas som konsult. I mitt tycke är de flesta alltför komplicerade och omfattande men det finns ingen annan e-bok på svenska där man får en enkel och lättfattlig sammanfattning av olika sätt att skaffa kunder till tjänsteföretag.
5. Ytterligare ett skäl har naturligtvis varit nöjet för min egen del att på ett strukturerat sätt sammanställa de viktigaste lärdomarna från min egen och andras spännande erfarenheter från att skaffa kunder.

Jag har försökt att presentera tillräckligt många praktiska och konkreta tips för att du ska lyckas men självklart måste du ta ansvar för din egen utveckling.

Detta är första upplagan av denna e-bok. Dels vill jag gärna ha dina och andras synpunkter för att successivt utveckla innehållet inför nästa upplaga. Dels går utvecklingen snabbt inom detta område och det är i sig ett skäl till nya och förändrade upplagor i framtiden. Jag kommer även successivt göra nya inlägg på den hemsida som hänger ihop med denna e-bok <https://tipsom.se>

Lycka till på din spännande resa som konsult!

Råd 1: Så slipper du konkurrens och prisdiskussioner



Naturligtvis finns det konkurrens inom alla områden där man säljer tjänster. Jag tar här min utgångspunkt från konsultbranschen som jag känner väl. Jag har haft många tillfällen att fundera över vilka de bästa sätten är att skaffa kunder och uppdrag inom denna bransch.

Som konsult, både inom ett jättestort konsultföretag med ca 2500 anställda, inom ett konsultföretag med ca 50 anställda och som solokonsult, var jag själv tvungen att se till att jag hade ett kontinuerligt och tillräckligt inflöde av nya jobb. Jag studerade hur andra gjorde och jag prövade på olika metoder. En del fungerade, andra inte. Lite av det ska jag berätta om i detta avsnitt.

Som företagsledare för ett relativt stort företag satt jag "på andra sidan bordet" och fick ta emot marknadsförings- och säljaktiviteter från olika aktörer inom konsultbranschen. Jag kunde från den utgångspunkten se hur jag och mina närmaste medarbetare upplevde olika former av erbjudanden. Samma slutsats från den horisonten - en del fungerade och andra inte. Jag ska även berätta om det i detta avsnitt.

En svårighet och samtidigt en utmaning med konsultjobbet är att man ofta måste marknadsföra sig och försöka skaffa in nya uppdrag samtidigt som man genomför ett eller flera pågående projekt. Det är inte lätt. När man är helt uppe i att planera, organisera och genomföra ett projekt kräver det ofta en sådan fokusering och ett sådant starkt engagemang att man inte samtidigt orkar vara kreativ och ha tillräckligt med energi för att bearbeta befintliga kunder och skaffa nya.

Det finns två sätt att lösa det problemet. Tänk alltid i försäljningstermer och skaffa dig en rutin för att kontakta och bearbeta kunder.

När jag säger att du alltid ska tänka i försäljningstermer så menar jag t.ex. att du, när du jobbar med planering och genomförande av ett konsultuppdrag ständigt träffar nya människor. Dessa kan vara dina framtida uppdragsgivare, samarbetspartners eller andra intressenter. Se till att du frågar om och lyssnar på deras framtidsplaner och deras behov. Fundera på hur du skulle kunna hjälpa dem att lösa ev. problem och ha alltid ditt visitkort eller en enkel broschyr tillgänglig som du kan överlämna eller följ upp ett spontant samtal med ett kortfattat mail.

En rutin för kontinuerlig kundbearbetning kan exempelvis bestå av ett nyhetsbrev som du skickar ut med jämna mellanrum eller det kan vara ett tipsbrev som sänds ut med automatik. Jag får kontinuerligt ett stort vykort från en solokonsult, ofta med ett fyndigt och humoristiskt motiv, där avsändaren berättar om vad han är mitt uppe i för närvarande. Ett kul vykort låter jag ofta ligga framme på bordet vilket gör att andra ser det och ibland ställer nyfikna frågor.

Så möter du konkurrensen

Naturligtvis finns det konkurrens inom konsultområdet. Jag hör ofta folk inom branschen klaga framför allt på två olika sorters konkurrens:

Uppdragsgivarna gör jobbet själva. Man hittar någon "in-house" som kan ta tag i ett problem.

Andra konsulter kanske dumpar sina priser. När konkurrensen är tuff är det många som vill ha uppdragen. Det blir köparens marknad och det ligger då nära till hands att vissa konsulter offererar låga priser för att konkurrera om jobben. Det är en naturlig följd av att många leverantörer uppfattas som lika och där någon lätt kan bytas ut mot en annan. Då blir det en konkurrens enbart med pris.

För att möta båda dessa konkurrensorsaker bör du specialisera dig. Erbjud dig inte att leverera vad som helst. Då kommer du antingen att mötas av argumentet att "det kan vi lika väl göra själva" eller "det där kan vi köpa billigare av någon annan".

Fördelarna med att du specialiserar dig är många:

Du kommer av uppdragsgivarna att uppfattas som experten inom ditt område. Det blir enkelt för en enskild kontaktman på ett företag att beskriva dig inför en styr- eller arbetsgrupp inom företaget. Om du gör det lätt för andra att presentera dig med orden: "Det är han eller hon som..." så har du kommit långt. Du får en naturlig positionering och du har möjlighet att få de verkligt intressanta jobben. Tänk på att som människa är du unik. Se till att du även professionellt uppfattas som unik.

Som specialist eller expert undviker du onödiga prisdiskussioner. Du kan ta bättre betalt för din kompetens och dina erfarenheter än om du uppfattas som en av alla andra. Med bättre betalt kommer du att ha råd att vidareutveckla dig ytterligare och fortsätta att bli mer och mer specialiserad.

Du slipper slösa din energi på att diskutera priser och du kommer att ha råd att planera och genomföra ett bra konsultuppdrag åt din uppdragsgivare. Chansen till följdjobb ökar med denna strategi.

Råd 2: Marknadsföring som inte kostar något



Lägg inte en massa pengar på dyra broschyrer, andra dyra trycksaker, annonser i tidningar och övrig traditionell marknadsföring. Om du är lockad av konsultbranschen är jag övertygad om att du har fantasi, kreativitet och energi för att satsa på en helt annan form av marknadsföring. Den kostar inte annat än din tid. Du kan t.o.m. tjäna pengar på din marknadsföring.

Jag talar om att skriva artiklar, hålla föredrag, vara aktiv i diskussioner, gå med i "rätt" föreningar eller varför inte skriva en e-bok.

Skriv artiklar

Inom konsultvärlden finns det mycket att berätta om som folk är intresserade av.

Du kan skriva artiklar om olika förändringar i samhället och hur organisationer av olika slag bör ta hänsyn till detta. Det finns många vinklingar på detta tema.

Om du inte är van att skriva artiklar kan du öva dig genom att starta en egen blogg eller skriva som gästbloggare hos andra.

När du känner dig lite varmare i kläderna kan du gå vidare och erbjuda dina artiklar till tidningar och tidskrifter. Börja med att skicka exempel på rubriker eller punkter som du vill ta upp i din artikel. Därefter kan du ringa upp den som är ansvarig som då kan ha synpunkter på ditt förslag. Om ni kommer överens är det bara att skriva din artikel färdig och skicka in den med e-post. Att skriva denna typ av artiklar är en bra form av marknadsföring.

Håll föredrag

En bra artikel kan leda till att du får förfrågan om att du ska komma och berätta om din specialitet i något sällskap. Du måste också vara aktiv och ta kontakter med sådana som anlitar talare och föredragshållare. Känner du dig osäker och blir nervös av att stå framför en stor grupp åhörare och tala så finns det sätt där du kan komma ut och öva dig även på det.

Gå in på <http://toastmasters.com> . Det är en internationell sammanslutning där man tillsammans tränar på att tala inför varandra så att man får erfarenhet och goda råd hur man blir bättre för att så småningom kunna fungera som en bra talare. Verksamheten är uppbyggd på lokalföreningar som finns över hela världen. I Sverige finns, när denna bok skrivs, lokalföreningar i:

- Göteborg
- Luleå
- Mölndal
- Linköping
- Jönköping
- Malmö
- Stockholm

En annan möjlighet där du kan öva dig att tala inför en grupp är olika Rotaryklubbar i landet. Du får inget betalt men det ger god övning. Det finns ca 550 klubbar över hela Sverige och samtliga dessa klubbar träffas en gång i veckan utom under ferier för att lyssna på ett föredrag och äta. Låt oss grovt räkna med att dessa 550 klubbar behöver föredragshållare för ca 40 veckomöten per år. Det betyder att de ordnar över 20 000 föredrag per år. Det är med andra ord troligt att du relativt enkelt skulle kunna få hålla ett intressant föredrag på någon klubb som finns i närheten. Det finns massor av andra föreningar, organisationer och andra sammanslutningar som på motsvarande sätt ofta behöver föredragshållare. Därför finns det mängder av möjligheter om du vill träna upp dig till att bli en intressant talare.

Jag har själv haft stor nytta av att hålla föredrag. Utan någon som helst tvekan har jag fått de allra flesta av mina konsultuppdrag på det sättet.

Undervisa

En konsultkollega till mig och jag blev tidigare anlitate av Ericsson att genomföra ett stort antal tre-dagars utbildningar i samband med utbyggnad av mobiltelefonnät. För att få utbildningarna intressanta och så konkreta som möjligt skapade vi ett företagsspel där olika tänkta mobiloperatörsföretag konkurrerade med varandra. Det handlade om renodlad undervisning men resulterade i flera års uppdrag för oss som konsulter. Att undervisa är inte bara gratis marknadsföring – det är en form av marknadsföring som du i många fall kan ta bra betalt för.

Skapa diskussionsgrupper

Jag har under flera år varit engagerad i en form av diskussionsgrupper som kallas "Hjärntrusten". Grupperna är sammansatta av representanter från olika företag som inte konkurrerar med varandra. Vid varje möte diskuteras aktuella och intressanta problem. Jag var organisatör och diskussionsledare vid flera av dessa möten. Deltagarnas företag fick betala för deltagandet. Det var både ett utvecklande, roligt och lönsamt sätt för mig och det företag jag jobbade för att marknadsföra våra konsulttjänster.

Råd 3: Här har du 20 andra sätt att skaffa uppdragsgivare



Jag har ägnat en stor del av mitt liv åt att leda, inspirera och stötta personer som haft ambitionen att starta eget konsultföretag och gjort det med framgång. De flesta har en tillräckligt genomtänkt idé om vad man vill syssla med och vilken målgrupp man tänker vända sig till. Om affärsidén visar sig vara bra så brukar valet av företagsform, bokföring m.m. ordnas på något sätt. Allt detta behandlar jag i en annan bok ["Starta eget som konsult"](#). I den här e-boken har jag valt att berätta om det som är allra viktigast för alla som startar sitt eget – att skaffa kunder.

Skaffa uppdragsgivare!

"Hur skaffar jag uppdragsgivare för mina tjänster på mest effektiva sätt utan att det kostar för mycket pengar eller tid?" Detta är den absolut vanligaste frågan som jag möter.

Här kommer ett 20-tal tips. Alla tips passar inte alla. Välj ut de som passar dig och din stil och kör hårt med dem!

1. Formulera i en eller två meningar vad du håller på med

Tänk dig att du träffar någon som frågar: Vad håller du på med nu för tiden? Hur svarar du då? Beskriv dig själv och din verksamhet med så få ord som möjligt. En bokföringskonsult kan t.ex. svara så här: "Jag jobbar med bokföring, framför allt åt mindre företag som vill satsa all sin tid åt företagandet och inte åt administration". Detta kallas för att du formulerar din "hisspitch".

2. Uttryck det du håller på med så att du blir annorlunda och helst unik

Fundera på vad det allra viktigaste är som du vill att folk ska komma ihåg när det gäller din verksamhet. Förenkla din beskrivning av det som gör dig unik! Jag säger ungefär så här: "Jag jobbar alltid med ett fast pris. Jag har genomfört så många uppdrag av den här sorten nu så

jag vet vad det kommer att kosta. Och det är knappast någon av mina konkurrenter som klarar av det.”

3. Rör det mig?

Kommer de som hör om vad du sysslar med bry sig överhuvud taget? Formulera dig så att de gör det. Jag brukar säga ungefär så här. ”Du har säkert, liksom jag, hört mängder av historier om hur bokföringen för ett företag blivit mycket dyrare än vad man beräknat från början. Vore det inte skönt att veta att jag garanterar totalpriset?”

4. Garantera även kvaliteten på ditt jobb

Kan du inte garantera kvaliteten på det du tänker erbjuda till dina kunder så är det angeläget att du funderar över varför du inte kan göra det och helst rätta till det.

5. Skaffa dig ett domännamn som är lätt att komma ihåg

Några av mina domännamn är <http://tipsom.se> och <http://arkitektgunilla.se>

De är förhoppningsvis lätta att komma ihåg för besökare eftersom de talar om vad sidorna handlar om.

6. Skaffa en e-postadress som är lätt att komma ihåg

Min e-postadress är holger.wastlund@gmail.com Den är lätt att förklara och lätt att komma ihåg. Skulle någon i stället gissa att min e-postadress är holger@wastlund.com så fungerar den lika bra.

7. Samla på tips om hur man gör

Skapa en file i din dator där du samlar på sådana tips inom ditt specialområde som du tror att många är intresserade av. Det blir ett bra underlag för dina kommande artiklar, nyhetsbrev, inlägg i andras diskussioner m.m. Skapa dessutom en lista på bra källor som ger information och tips inom ditt specialområde.

8. Ta reda på hur man har fått ditt namn

”Hur fick du höra talas om min verksamhet eller mitt företag?” är en bra fråga för att du ska kunna prioritera dina marknadsansträngningar ännu bättre i fortsättningen. Jag får de flesta kunderna via Internet vilket gör mig övertygad om att jag bör satsa ännu mer på att göra mina hemsidor optimala ur sökmotorsynpunkt.

9. Använd dig av "benchmarking"

Jämför hela tiden din verksamhet med andra. Hur blir du unik, hur kan du bli bättre och hur kan du marknadsföra ditt företag på ett bättre sätt? Se på dina kollegers erbjudanden, service och sätt att presentera och hur de betonar olika delar. Men fall inte i gropan att i första hand ägna dig åt priskonkurrens. Med låga priser kommer du så småningom tvingas leverera låg kvalitet och inte ha råd att utveckla din verksamhet och då kanske du måste hålla ännu lägre priser. Du hamnar i en nedåtgående spiral.

10. Uttryck resultatet av det du erbjuder i siffror

Det mesta som går att mäta och uttrycka i enkla siffror är lätt att kommunicera och lätt för dina kunder att komma ihåg. En bokföringskonsult kan ha svårt att beskriva vad jobbet innebär. Det är mycket bättre om man kan uttrycka resultatet i siffror, t.ex. på följande sätt: "Jag har fått en ny kund och på första året lyckades jag minska hans skatt med 30 % genom att jag känner till alla de nya regler och möjligheter som kommit på senaste tiden".

11. Skaffa dig en mentor

Om du är relativt ny inom din verksamhet bör du skaffa dig en mentor. Om du själv har lång erfarenhet rekommenderar jag att du ställer upp som mentor för andra. Jag har ofta gjort det och fått mycket ut av det själv. Man tvingas ifrågasätta och förklara för sig själv och andra varför man gör på det ena eller andra sättet.

12. Aktuell lista på referenser

Håll din lista på referenser ständigt aktuell. Se till att du håller nödvändiga kontaktuppgifter aktuella till dina referenspersoner. Informera alltid en referensperson innan du ger ut ett namn som referens.

13. Samla betyg, intyg och andra dokument

Se till att du får skriftliga bekräftelser, intyg eller betyg på kurser, seminarier eller andra aktiviteter som du deltar i. Håll ordning på dina tackbrev, rekommendationsbrev, visitkort från dem som kan rekommendera dig, tidningsurklipp och foton som berättar om vad du varit engagerad i. Skapa en särskild file i din dator där du samlar alla uttalanden om din verksamhet som du får via mejl, brev och tidningsartiklar.

14. Skapa en adresslista för att skicka ut din pressrelease och lär känna mediafolket

Se till att du har en uppdaterad lista på adresser till journalister m.fl. dit du kan skicka din pressrelease när det händer något spännande inom ditt företag. Svvara på frågor från media, ge information och skapa relationer.

15. Uppfinn inte hjulet en gång till

Du behöver inte hitta på alla nya metoder att marknadsföra ditt företag. Kolla hur företag gör inom andra branscher än den där du själv jobbar och se vad du kan lära dig av det. Lägga märke till hur många företag som i dag rekryterar nya medarbetare från helt andra branscher. Det sker helt medvetet för att just få erfarenheterna av hur den andra branschen lyckats så bra.

16. Koppla dina erbjudanden till något som är aktuellt

Använd dig av Google Alerts för att på ett enkelt sätt följa med i vad som skrivs inom ditt område. Det är gratis att skriva in vilka och hur många sökord som helst så att du direkt får mejl om vad som skrivs på nätet. För mig är det ett av de allra effektivaste sätten att hänga med.

17. Testa – det är lätt att göra

Om du planerar att skicka ut ett marknadsföringsmaterial om din nya verksamhet, lansera en ny tjänst finns det i dag goda möjligheter att via Internet, sociala medier och e-post testa, mäta och korrigera innan du satsar för mycket pengar och tid på något nytt. Jag är med i några grupper på Facebook som just är till för att diskutera, testa och diskutera nya affärsidéer. Man skickar ut en testballong och får på enkelt sätt kommentarer och synpunkter. På LinkedIn finns motsvarande grupper.

18. Samarbeta med icke-konkurrenter

Hitta samarbetspartners som jobbar inom närliggande områden. De kan ofta och gratis inkludera dina kontaktuppgifter i sitt informationsmaterial. En konsult kan samarbeta med t.ex. leverantörer, husfirmor och tillverkare av olika slag. På det sättet kan man hjälpa och stötta varandra i marknadsföring, hoppa in när någon har för mycket och ge varandra goda råd om allt möjligt.

19. Samla kontaktuppgifter när du gör en presentation

Om du håller föredrag, deltar i ett seminarium eller är aktiv i en diskussion så ska du se till att du får deltagarnas e-postadresser, t.ex. genom att erbjuda ett nyhetsbrev, ett häfte med intressant information eller kopior på dina bilder med kommentarer från föredraget.

20. Agera

Läs nu igenom dessa 20 tips ännu en gång. Välj ut ett eller två som du kan sätta igång med omedelbart. Pröva dig fram och välj de tips som passar dig och din verksamhet bäst.

Råd 4: Checklista för att starta ett konsultföretag



Om du har planer på att starta ett eget konsultföretag rekommenderar jag att du skriver en checklista på de åtgärder som du behöver genomföra. Dels kan en sådan göra att du inte glömmer något viktigt, dels ser du på ett tydligt sätt var de olika åtgärderna kommer in i sammanhanget. Detta gäller inte minst den viktiga delen – att skaffa kunder redan från början.

Här kommer ett exempel på en sådan checklista:

Skaffa kunder

Beskriv din företagsidé i en eller två meningar

Kolla marknaden och konkurrenter

Skapa din egen hemsida

Skriv artiklar och försök komma ut och hålla föredrag

Ta fram visitkort och en enkel broschyr på din dator

Bli lönsam

Bestäm dig för hur du ska ta betalt

Ordna ett pärmsystem eller mappsystem i datorn för kvitton, fakturor, avtal mm.

Bestäm dig för hur din ekonomiska redovisning ska ske, sköta det själv eller anlita konsult

Skaffa plusgiro och/eller bankgirokonto

Skaffa mall för dina fakturor

Du själv

Fundera på om du behöver utveckla dina kunskaper inom något område

Sätt upp dina egna tydliga mål

Skaffa dig en mentor eller ställ upp som mentor för någon annan

Planera

Upprätta din egen affärsplan

Välj företagsnamn och domännamn

Välj mellan enskild firma, handelsbolag eller aktiebolag

Registrera firman

Teckna nödvändiga försäkringar

Lokaler och utrustning

Starta hemifrån eller hyr lokal

Köp in eller låna teknisk utrustning för din verksamhet, dator, mobil, kopieringsapparat/skanner/skrivare

Internet

Ordna e-postadress som är lätt att förklara

Skapa en egen hemsida

Ordna ditt kundregister i datorn

Låt startskottet gå!

Din framtid som konsult



När du satsar på en karriär som konsult eller någon annan karriär där du säljer och utför tjänster så går du in i en process som innebär ett ständigt lärande. Det är en av de stora fördelarna med denna typ av jobb. Det blir sällan tråkigt. Och du bör se till att du hela tiden utvecklas.

Om du kommer att avancera och få framgång beror mycket på din egen vilja att fortbilda dig. Du själv är den som har ansvaret för att du utvecklar dig som konsult och företagare. Gör upp din egen utvecklingsplan och gör en lista på de kurser eller seminarier som du vill vara med på. Var noga med att välja de mest effektiva.

Här har du några olika sätt att fortsätta att utvecklas som konsult:

1. Låt mig börja med att upprepa något som jag tagit upp tidigare i denna e-bok. Se till att du skaffar tillräckligt många kunder och tar betalt för dina tjänster så att du har råd och tid att utveckla dig som konsult.
2. Du lär dig alltid nytt genom att jobba som konsult. Genom nya annorlunda uppdrag och genom att träffa nya uppdragsgivare och nya samarbetspartners kommer du hela tiden att utvecklas. Jag har drivit en konsultgrupp under många år och vi såg till att vi hela tiden utvecklades i vår profession. Vi diskuterade ofta en 80/20-regel. Med det menade vi att idealet är att skaffa in sådana uppdrag som till ca 80 % bestod av sådan kunskap och sådana erfarenheter som vi behärskade väl och att ca 20 % var nytt för oss. Då kände vi oss trygga inför uppdragsgivaren att vi kunde leverera god kvalitet och samtidigt försäkrade vi oss om att vi ständigt utvecklade oss. Ibland innebar 20-procentsdelen att vi lärde oss ett helt nytt område som vi så småningom blev specialister inom.
3. Man kan bilda ett s.k. utvecklingsråd eller referensgrupp. Folk kan vara lite ovilliga att engagera sig som styrelsemedlemmar eftersom det innebär ett juridiskt ansvar och att en styrelse sällan har tid att ägna sig tillräckligt åt utvecklingsfrågor. Ett utvecklingsråd däremot har som främsta uppgift att utveckla kunskapen inom företaget genom diskussioner, seminarier och att man ger varandra värdefulla tips.

4. Omge dig med kreativa och idérika personer. Jag känner mig bortskämd med detta. Jag har under största delen av mitt yrkesliv haft förmånen att jobba med sådana. Att jobba ensam kan vara lockande ur kortsiktig ekonomisk synpunkt men glöm då inte bort att sörja för din egen utveckling på ett bra sätt. Om du är nybörjare som konsult ska du se till att du inte sitter ensam. Jobba tillsammans med andra så mycket som möjligt. Det är på det sättet man lär sig mest.
5. Utnyttja eventuella klagomål från kunder för att lära dig mer. Dina uppdragsgivare är förmodligen intelligenta människor och det kanske finns någon konkret anledning till att de klagar. Passa på att ta detta som konstruktiv kritik.
6. Häng med i utvecklingen inom ditt specialområde genom att då och då gå på väl utvalda kurser och seminarier. Det kan handla om att du lär dig mer inom själva konsultområdet men du kan också behöva förnya dina kunskaper inom affärsverksamhet, marknadsföring etc. Välj noga eftersom utbudet är stort. Försök få referenser från andra som har deltagit tidigare eftersom kostnaden för denna typ av utbildning är relativt hög. Jag tänker då inte bara på kursavgifter, eventuella reskostnader och liknande. Du avsätter din egen tid och den är ju värdefull eftersom du som konsult säljer dina timmar.
7. Utnyttja kurser och utbildning som sker över nätet. Du behöver inte alltid åka iväg på en kurs och betala reskostnader och eventuellt uppehälle. Nu finns tillgång till massor av utbildning på distans. Du kan sitta på kontoret eller hemma i din bostad och få stort utbyte av ny kunskap.
8. Ett sätt att hänga med är att se till att du får dagliga nyheter genom Google Alerts. Det är bara att mata in lämpliga sökord, t.ex. "företag", "företagsledning" och "konsultuppdrag" så får du nyheterna som e-post varje dag.
9. Jag har under många år varit ansvarig för ett flertal s.k. "allianser". Det är grupper som består av 6-10 personer som kan utveckla varandra men som inte är rädda för att de konkurrerar med varandra. Man träffas ungefär en gång per månad några timmar under eftermiddagen eller kvällen. Man tar upp ett ämne som intresserar alla och man diskuterar den situation som alla står i just för tillfället.
10. Gå med i branschföreningar och klubbar som är engagerade i dina frågor.
11. Läs mycket, bl.a. e-böcker, tidskrifter och olika informationssidor på nätet.
12. Lyssna på CD-skivor som är nyttiga. Jag sitter många timmar i bil per vecka och att lyssna på information på det sättet är ett effektivt sätt att utnyttja tiden när man kör.
13. Många går från att jobba som konsulter till att erbjuda "chef-att-hyra". Jag har bl.a. jobbat så och kan verkligen rekommendera det sättet att utveckla sig själv.

Tack!

Tack för ditt intresse att läsa denna e-bok. Jag hoppas att du kommer att ha nytta av många av de råd och tips som jag har samlat. Plocka ut de som passar dig bäst och satsa helhjärtat på att genomföra några av dem.

Innehållet i den e-bok som du nu läser är hämtat från boken "[Starta eget som konsult](#)".



Ett axplock ur innehållet i den boken:

- Så funderar framtidens konsult
- Vilka egenskaper bör du ha för att lyckas?
- Så gör du för att snabbt få din konsultverksamhet lönsam
- Så tar du rätt betalt
- Så utvecklar du det viktigaste för din verksamhet – dig själv
- Värdefulla länkar till sajter där du kan lära dig mer
- Sju misstag du bör undvika
- Så sätter du upp dina egna mål
- Checklista för att starta ditt konsultföretag

Du kan få tag på "[Starta eget som konsult](#)" på [Bokus](#), [Adlibris](#) eller [direkt från Tipsförlaget](#).
Lycka till med att skaffa kunder till ditt tjänsteföretag!

Holger Wästlund

e-post: holger.wastlund@gmail.com

hemsida: <https://www.tipsom.se/>