

40 sätt att skaffa kunder



Holger Wästlund

Denna e-bok är utgiven av: Tipsförlaget
e-post: holger.wastlund@gmail.com

mobil: 070 594 36 20

Hemsida: <https://tipsom.se>

© Författaren och Tipsförlaget

Författare: Holger Wästlund

ISBN: 978-91-527-1206-1

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

Innehållet

I den e-bok som du nu läser är hämtat från boken [”Starta eget företag snabbt och lönsamt”](#).



I den boken beskrivs i 6 steg hur du kan starta och driva ditt eget företag med framgång:

Steg 1: Så skaffar du kunder snabbt

Steg 2: Så blir ditt företag lönsamt

Steg 3: Det viktigaste för ditt företag – du själv

Steg 4: Den spännande planeringen

Steg 5: Din ”att-göra-lista”

Steg 6: Så får du dig själv och ditt företag att växa snabbare

Du kan få tag på [boken ”Starta eget företag snabbt och lönsamt”](#) på [Bokus](#) och [Adlibris](#).

Välkommen!

Jag har ägnat en stor del av mitt liv åt att leda, inspirera och stötta personer som haft ambitionen att starta en egen verksamhet 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, finansiering och bokföring ordna sig på något sätt. Den här lilla e-boken handlar om det som är allra viktigast för alla som startar egen verksamhet – att skaffa kunder.

Skaffa kunder!

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

Alla tips i denna e-bok passar inte alla. Välj ut de som passar dig och din stil och kör hårt med dem!

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. Jag skulle säga ungefär så här om min verksamhet: "Jag skriver handböcker med beprövade råd om hur man når sitt drömjobb. För att hålla kostnaderna nere så ger jag ut böckerna på eget förlag." Detta kallas för att du formulerar din "hisspitch".

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: "Allt vad jag skriver om har jag varit med om själv eller upplevt nära som rådgivande konsult. Inget flum alltså, utan konkreta råd som fungerar i verkligheten."

Rör det mig?

Kommer de som hör om vad du sysslar med bry sig över huvud taget? Formulera dig så att de gör det. Jag brukar säga ungefär så här. "Vi har arbetslöshet i Sverige, framför allt bland ungdomar. Och dessutom har det visat sig att över 50 % av de som har ett jobb gärna skulle vilja byta till något annat. Tänk lite på hur det står till i din bekantskapskrets. Hur

många bland de du känner tror du helst skulle vilja göra något annat, t.ex. starta eget?”

Garanterar 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. Ge en lång garantitid, erbjud dina kunder att de kan skicka tillbaka en vara som de inte är nöjda med utan att de ska behöva argumentera alls.

Skaffa en e-postadress som är lätt att komma ihåg

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

Samla på tips om hur man gör

Skapa en mapp 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. Jag återkommer till det senare i denna bok.

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.

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 sin verksamhet och hur de betonar olika delar. Jag menar inte att du ska plagiera. Se vad andra gör och gör det bättre.

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. Akta dig för att hamna i en nedåtgående spiral.

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 förstå och komma ihåg. En inredare som jobbar med styling inför en försäljning av en bostad kan ha svårt att beskriva sina tjänster med avseende på färg, form, material och design. Det är mycket bättre om man kan uttrycka resultatet i siffror, t.ex. på följande sätt: ”Sedan vårt företag genomförde en förändring av en villa i Uppsala så kunde mäklaren sälja villan för ett pris som var 15 % högre än vad man trodde från början.” ”Genom att vårt företag har speciella avtal med leverantörer av material så blir kostnaderna 20 % lägre för våra kunder.”

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.

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.

Samla betyg, intyg och andra dokument

Se till att du får skriftliga bekräftelser, intyg eller betyg på kurser, seminarier eller andra aktiviteter som du deltagit 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 mapp i din dator där du samlar alla uttalanden om din verksamhet som du får via mejl, brev och tidningsartiklar.

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 område. Svara på frågor från media, ge information och skapa goda relationer.

Marknadsför dig även som konsult

Om du jobbar med kvalificerade tjänster eller produkter kan du även erbjuda dina expertråd som konsult. En författare kan ge råd till andra som funderar på att börja skriva. Har du startat eget inom en speciell bransch kan du ge konsultråd till andra som vill in i samma bransch. Är du skicklig på att presentera dina tjänster eller produkter kan du t.ex. bli konsult i presentations- och säljteknik. Driver du en antikaffär kan du erbjuda att du, som konsult, värderar delar av ett bohag.

Uppfinn inte hjulet en gång till

Du behöver inte hitta på 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. Lägg märke till hur många företag som i dag rekryterar nya medarbetare från helt andra branscher. Det sker medvetet för att just få erfarenheterna av hur den andra branschen lyckats så bra.

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.

Testa – det är lätt att göra

Om du planerar att skicka ut ett marknadsföringsmaterial om en ny verksamhet, lansering en ny tjänst eller produkt finns det i dag goda möjligheter att via Internet, sociala medier och e-post testa, mäta och korrigerar innan du satsar för mycket tid på något nytt. Jag är med i några grupper på Facebook där denna metod används flitigt. Man skickar ut en testballong och får på enkelt sätt kommentarer och synpunkter. På LinkedIn finns motsvarande grupper.

Samarbeta med icke-konkurrenter

Hitta samarbetspartners som jobbar inom närliggande områden. De kan ofta och gratis inkludera dina kontaktuppgifter i sitt informationsmaterial. En inredare kan samarbeta med leverantörer, husfirmor och mäklare. Om du jobbar inom eventbranschen kan du samarbeta med artister och musiker, cateringfirmor, de som jobbar med uthyrning av festvåningar, festlokaler, partytält, ljud- och ljusanläggningar, bord, stolar och porslin. 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.

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.

Sprid information även från dina samarbetspartners

Erbjud dina samarbetspartners att du sprider information om deras verksamhet i dina nyhetsbrev. Ditt brev kan då bli intressantare med bredare information och det blir naturligt att de sprider information på motsvarande sätt om din verksamhet.

Använd din hemsida som en ständigt pågående marknadsundersökning

Genom Google Analytics kan du se hur många besökare du har på din hemsida, vilka delar av din hemsida dina besökare läser mest och vilka sökord de använder för att hitta dit. Detta är en värdefull form av ständig marknadsundersökning för din verksamhet. Skriv in orden Google Analytics som sökord på Google för att lära dig mer om detta. På flera av mina hemsidor kan besökarna beställa nyhetsbrev inom flera olika områden. Besökarna får härigenom värdefull information och jag får kunskap om vilka områden som är mest efterfrågade och anses som mest intressanta.

Ställ frågor till dina presumtiva kunder

Ställ frågor i dina nyhetsbrev och på din hemsida till dina besökare. Du kommer att få gratis information och nya idéer om dina erbjudanden samt hur du kan marknadsföra dem. Folk är ofta glada och stolta över att kunna ge idéer, synpunkter och goda råd.

Använd frukostmöten

Frukostmöten blir alltmer populärt. De stör inte resten av arbetsdagarna. Denna typ av möten kan göras tidseffektiva. De du träffar är pigga och vill gärna både få och ge information och det är billigare med frukost än lunch eller middag.

Dina kontaktuppgifter på din hemsida

Se till att dina kontaktuppgifter är lätta att hitta på din hemsida. Visa ett foto, för- och efternamn och hur besökare kan få kontakt med dig på flera olika sätt, e-post, eventuell kontorstelefon och mobiltelefon.

Använd en "slogan" på ditt visitkort

T.ex. "Vi jobbar miljövänligt", " Vi har varit i branschen sedan år...", "Vi ger alltid två års garanti", "Vill du ha en e-bok gratis om ...?"

Gör en enkel broschyr i din dator

Gör en broschyr i din dator som presenterar din verksamhet. Använd dig av någon av alla de mallar som du kan hämta gratis på Internet. Min fru och jag har en uthyrningsrörelse för att hyra ut vår lägenhet i Frankrike. Vi har gjort en enkel broschyr på det sättet om lägenheten som vi skickar över i samband med första kontakten med en kund. Vi använder den också när vi skickar över ett kontrakt för underskrift och när vi skickar nycklar till lägenheten. Den används vid alla tänkbara tillfällen. Vi vet att

många av våra hyresgäster skickar den vidare till andra. Naturligtvis ligger det också några ex. av broschyren i lägenheten.

Ta tillfället i akt att berätta om dina nyheter

Exempel på nyheter att berätta om:

- Du erbjuder en ny form av service eller en ny produkt
- Du har fått ett erkännande för något bra du har gjort
- Du har avslutat ett speciellt intressant uppdrag
- Du har deltagit i en konferens inom ditt område

Ha alltid din digitala kamera till hands

Ta bilder av det mesta som visar resultat av din verksamhet och olika former av bevis som du fått för dina insatser. Sprid bilderna i ditt nyhetsbrev, i sociala medier och på din hemsida. Min fru har en hemsida som heter arkitektgunilla.se. Den använder hon bl.a. när hon sitter hos kunder och vill visa exempel på hur man kan lösa ett specifikt problem. Det är bara att ta upp en Ipad och knappa in hemsidan och välja den bild man vill.

Gör det lätt att köpa dina tjänster eller varor

På din hemsida ska det vara lätt att hitta hur man tar kontakt med dig för att köpa det du erbjuder. Det ska finnas ett tydligt beställningsformulär, information om vad som gäller vid köp. Betalar man med kreditkort eller mot faktura, är angivna priser med eller utan moms, fraktkostnader, hur sker leverans, finns det olika sätt att beställa, vad kan man göra om man inte är nöjd osv.

Haka på aktuella nyheter

Håll dig uppdaterad om aktuella nyheter och koppla dina tjänster till dessa. När jag hittar någon intressant nyhet i tidningen brukar jag ta ett

foto av rubriken med min iPhone och lägga in en notis om detta på min hemsida, på min blogg och på mina egna grupper på Facebook.

Kontakta nyhetsmedia med tips

Det kan t.ex. handla om:

- Hur man sparar pengar,
- Hur man sparar tid,
- Hur man undviker misstag inom ditt specialområde
- Hur man undviker säkerhetsrisker inom ditt område

Kontakta nyhetsmedia med intressanta fakta

Det kan t.ex. vara fakta om:

- Trender och utveckling inom ditt specialistområde
- Intressanta undersökningsresultat
- Den framtida utvecklingen inom ditt intresseområde

Be om feed back

Se till att du inbjuder åhörarna att ge feed back på dina föredrag, tidningsartiklar och uttalanden. Det händer mig att jag tror att en viss del av det jag framför är det mest intressanta men när jag ber om feed back lär jag mig ofta att det var helt andra delar som åhörarna fastnade för.

Delta i forum inom ditt specialområde

Leta reda på var dina intressenter finns på nätet. Var aktiv i forum och diskussioner på andras hemsidor och på sociala medier. Svara på frågor, var generös med information och se till att ditt namn och adressen till din hemsida sprids den vägen.

Var nåbar

Se till att det är lätt att nå dig via mobil, fast telefon, e-post eller vanligt brev. Tala in ett bra telefonsvararmeddelande där den som ringer får reda på hur man får tag på dig och hur man hittar din hemsida.

Följ upp utförda jobb

Efter ett slutfört uppdrag bör du kontakta uppdragsgivaren kort därefter för att försäkra dig om att han eller hon är nöjd och diskutera vad som ev. kan göras bättre. Det händer ibland att en säljare hör av sig långt efter ett köp för att fråga om jag är nöjd. Jag blir varje gång lika imponerad och undrar varför det inte händer oftare. På det sättet blir jag lättare en återkommande och lojal kund och vi vet alla att det är lättare att sälja något till en tidigare kund än att hitta en ny.

Låt fantasin flöda

De finns många sätt att skaffa kunder. Med tillräckligt originella förslag, med brainstorming tillsammans med andra och med inspiration från icke-konkurrerande branscher kan du ta fram idéer som folk kommer att prata om. Det är den bästa formen av gratis marknadsföring och som leder till nya kunder för ditt företag.

Tack

Tack för ditt intresse att läsa denna lilla e-bok. Jag hoppas att du kommer att ha nytta av flera 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 läst är hämtat från boken "[Starta eget företag snabbt och lönsamt](#)".



I den boken beskrivs i 6 steg hur du kan starta och driva ditt eget företag med framgång:

Du kan få tag på [boken "Starta eget företag snabbt och lönsamt"](#) på [Bokus](#) och [Adlibris](#).

Jag är intresserad av att höra hur det går för dig och jag vill gärna ta del av dina synpunkter på innehållet i denna e-bok. Det spelar ingen roll om dina kommentarer är positiva eller negativa. Allt är välkommet!

Hör gärna av dig till holger.wastlund@gmail.com

Lycka till med ditt företag!

Holger Wästlund

