

Behovet for å få virksomheten din til å skille seg ut

Potensielle støttespillere blir stadig kontaktet av forskjellige gründere - de hører de samme argumentene for hvorfor de skal gi penger til disse nye forretningsmulighetene. For å lykkes med å overbevise dem om å støtte ideen din med penger, må du skille deg ut fra mengden – ikke bare gjennom forretningsidéen din (det er en selvfølge).



Behovet for å få virksomheten din til å skille seg ut

Få oppmerksomheten deres gjennom å forklare dem på en overbevisende måte **hvem du er** og hvorfor de burde lytte til deg!



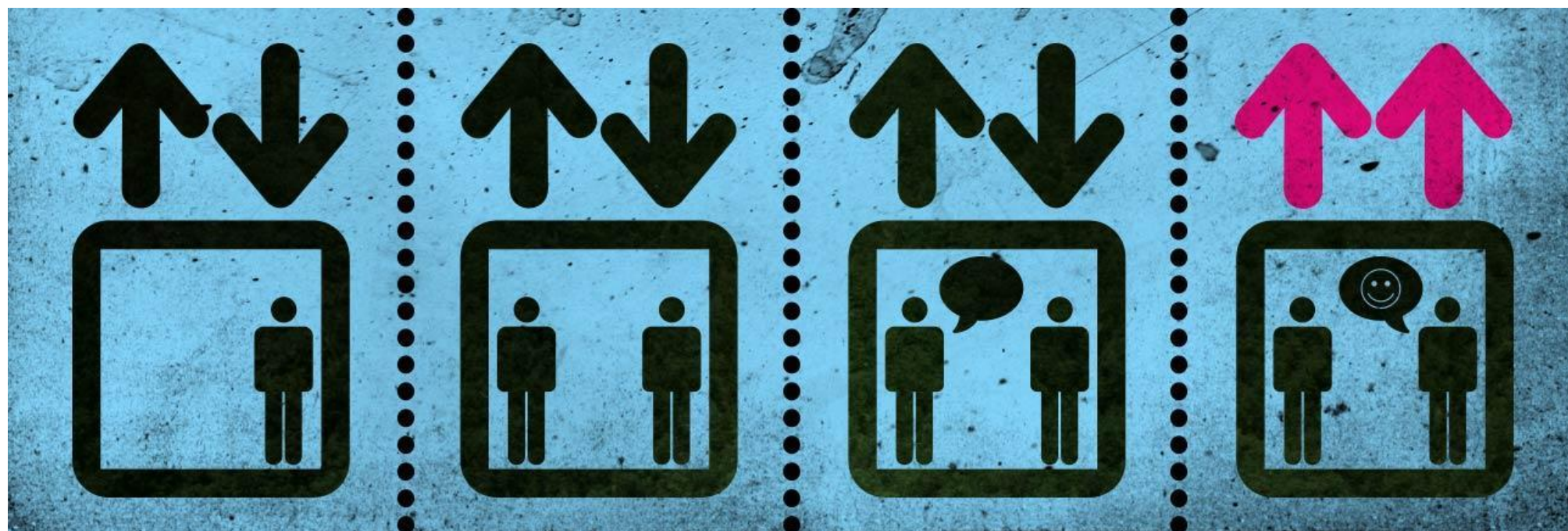
I næringslivet skiller vår kjernevirksomhet seg fra andre ut i fra såkalt Unique Selling Point (USP). Din USP er grunnen til at du er annerledes og muligens mer vellykket. For å utvikle din USP må du:

- a) Kjenne dine sterke sider, dvs. vite hva du er god på: ha et godt team, en bra lokasjon/plassering osv.
- b) Vite hvordan du skiller deg fra andre: Du er den første som tilfredsstillt akkurat dette behovet, du tilbyr mer kvalitet eller lavere priser, du har bare én av akkurat denne på ett sted osv.

Hva er en «elevator pitch»?



Tenk deg at du er i en heis med noen du vil ha noe fra. Dere går sammen inn i heisen i første etasje og han/hun ønsker å ta heisen til tredje etasje. Hvis ingen andre er i heisen, har du maksimalt 2 minutter alene med ham / henne.





Du har dermed svært kort tid på deg til å få oppmerksomheten hans / hennes!

Dette er en **elevator pitch**: En presentasjon av din forretningsidé til potensielle givere på ca. 2 minutter, som ikke avbrytes. Derfor må du få mest mulig ut av disse minuttene!

Du bør fokusere på følgende punkter!

Hvem du og teamet ditt er



Mange bedrifter kan enten være vellykkede, eller mislykkede basert på personligheten og energien til teamet som star bak forretningsidéen.

Hvis du og teamet ditt kan vinne interessen til finansierer, kan det gjøre underverker i markedet du fokuserer på.

Ikke vær sjenert - i en pitch må du stole på "salget" av deg og teamet ditt og hvor dyktig du er når det gjelder forretningsidéen du har.

Bedriftens formål, verdier og visjon

Hvorfor vil du starte dette nye selskapet?

I hvilket område vil din bedrift operere?

Hva er formålet med selskapet?



Empowering others

Our mission is to empower every person and every organization on the planet to achieve more.

Microsofts formål
og visjon!



Nikes formål og
visjon!

Hva vil din bedrift gjøre?

Gi en grundig, men imponerende og kort oversikt over hva du vil gjøre:

Leverer du en tjeneste eller et produkt?

Hva er hovedtrekkene til produktet?

Vær spesifikk og legg vekt på produktet / tjenesten din!



Hva er din USP?

Du må understreke hvorfor det er verdt å fortsette å lytte til deg.

- Hvorfor du er annerledes. Vurder blant annet følgende punkter:



- ✓ Pris – vil du være billigere enn noen eksisterende løsninger for behovet du har oppdaget?
- ✓ Kvalitet – vil du tilby noe med høyere kvalitet?
- ✓ Produkt-/tjenestetilbud – er du bedre enn andre ved å tilby et bredere spekter?
- ✓ Enkelt å gjøre forretninger med deg - har du opplevd problemer med å samarbeide om forretninger i andre selskaper, og vil du ta tak i dem?
- ✓ Hastighet - Vil du tilby produkter eller tjenester som leveres raskere enn andre?
- ✓ Pålitelighet - vil du være mer pålitelig enn andre?

Entusiasme



Prøv å engasjere publikum – ikke bare gi en monolog, prøv å få oppmerksomheten deres.

Dette oppnås oftest ved å introdusere en krok/knagg som publikum husker godt, det vil si et spørsmål, et løfte, noe dristig!



Hvordan presentere dette?



Å legge frem en god pitch er nesten like viktig.

Vær modig, snakk med en stødig stemme og presenter med **selvfillit**.
Hvis den andre deltakeren ikke føler at du tror på deg selv og ideen din,
hvorfor skal han/hun?

Hold øyekontakt og hold presentasjonen ved hjelp
av bevegelser – men vær forsiktig så du ikke beveger deg for mye!
Hold deg til tidsbegrensningen – dette er viktig, fordi folk vil
miste interessen hvis noe tar for lang tid!

Vil du med letthet se en video på mer enn 2-3 minutter?

