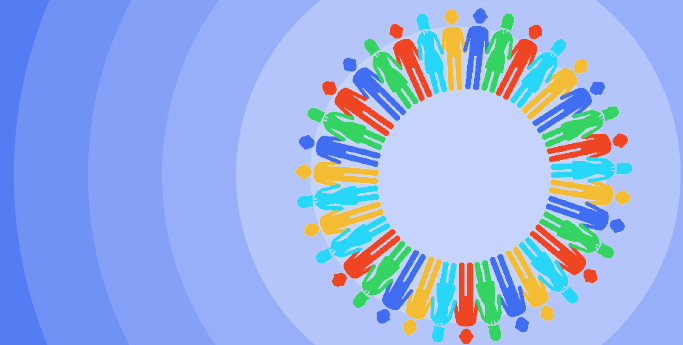




Erasmus+



**Welcomeship**

Building Inclusive Communities Through  
Community-based Entrepreneurship

# LEARNING KIT HANDBOOK



# INNEHÅLL

## MODUL 1. ÖPPNA SINNEN OCH DÖRRAR

1. TEAM BUILDING
2. IDENTITET OCH KULTUR
3. ATT FRÄMJA MÅNGFALD OCH SOCIAL RÄTTVISA
4. INKLUDERANDE OCH INTERKULTURELL DIALOG
5. GEMENSKAPENS UTVECKLING OCH ANDA

## MODUL 2. ENTREPRENÖRSKAP & GEMENSKAP

1. DEFINITION OLIKA TYPER AV ENTREPRENÖRSKAP
2. GEMENSKAPSBASERAT ENTREPRENÖRSKAP
3. ROLLMODELLER OCH ENTREPRENÖRER I SAMHÄLLET/ER GEMENSKAP
4. JAG EN ENTREPRENÖR: MINA PASSIONER OCH FÄRDIGHETER
5. GEMENSKAPSANALYS
6. ENTREPRENÖRSKAP OCH INKLUDERING

## MODUL 3. IDÉUTVECKLING

1. ATT STÄLLA DE RÄTTA FRÅGORNA
3. ATT IDENTIFIERA BEHOV OCH PROBLEM ATT LÖSA

## 4. GEMENSKAPSBASERADE IDÉER

### 5. UTVECKLING AV IDÉER

6. Från idé till möjlighet
7. SWOT analys
8. SMARTA mål
9. Prototyper

## Modul 4. Marknaden: Från idé till affärsverksamhet

1. Värdeförslag och en (social) affärsverksamhetsmodell
2. Lean startup och minsta gångbara produkt
3. Marknadsföring och kommunikation
4. Financiering
5. Att hitta resurser
6. Att bilda nätverk och partnerskap

## Modul 5. Lansering & Skala

1. Att presentera och göra pitchar
2. Ta itu med risker
3. Planering och teamarbete
4. Hur skriver man en affärsplan
5. Rättsliga strukturer
6. Uppskalning

“We need to give each other the space to grow, to be ourselves, to exercise our diversity. We need to give each other space so that we may both give and receive such beautiful things as ideas, openness, dignity, joy, healing, and inclusion.”

— Max de Pree

# Module

# 1.

Öppna  
sinnen och  
dörrar



*“Exclusion is always dangerous. Inclusion is the only safety if we are to have a peaceful world.” — Pearl S. Buck*

*“We need to give each other the space to grow, to be ourselves, to exercise our diversity. We need to give each other space so that we may both give and receive such beautiful things as ideas, openness, dignity, joy, healing, and inclusion.” — Max de Pree*

## Kort beskrivning

Det övergripande syftet med projektet Welcomeship är att skapa inkluderande gemenskaper genom gemenskapsbaserat entreprenörskap. Vi tror att samarbete bland ungdomar med olika bakgrunder, t.ex. unga invandrare, flyktingar och lokala ungdomar är ett sätt att bidra till integration och positiv social förändring genom att de tillsammans får lära sig, tänka, drömma, planera och ta i bruk idéer. I detta sammanhang är den individuella inlärningsprocessen ansluten till samarbete med andra ungdomar och gemenskapens gemensamma inlärningsprocess. Ett lyckat samarbete börjar med att skapa en gruppidentitet och tillit mellan medlemmarna, som kommer överens om gemensamma regler och principer samt lär sig om varandras bakgrund, identitet och kultur för att kunna inleda en fungerande dialog. Modul 1 i Welcomeship-kursen fokuserar därför på “Öppna sinnen & dörrar”. Vikten av team building, identitet och dialog mellan olika kulturer, samt även fördelarna och utmaningarna med mångfalden och gemenskapens

## Inlärningsmålen

- Att lära sig känna varandra och bilda en grupp
- Att förstå hur identiteter och kultur är uppbyggda och uttryckta
- Att lära sig dialogens principer som ett sätt att lyssna, dela och finna en gemensam plattform
- Att lära sig om nyckeltermerna inom integrationsarbete såsom diskriminering, fördomar, stereotyper, tolerans osv.
- Att bli medveten om hur man främjar mångfald och social rättvisa som ett sätt att skapa inkluderande gemenskaper
- Att förstå konceptet gemenskap, lokalt och globalt ömsesidigt beroende, maktens och beslutsfattandets dynamik, och nätverkens värde

# 1. Team building

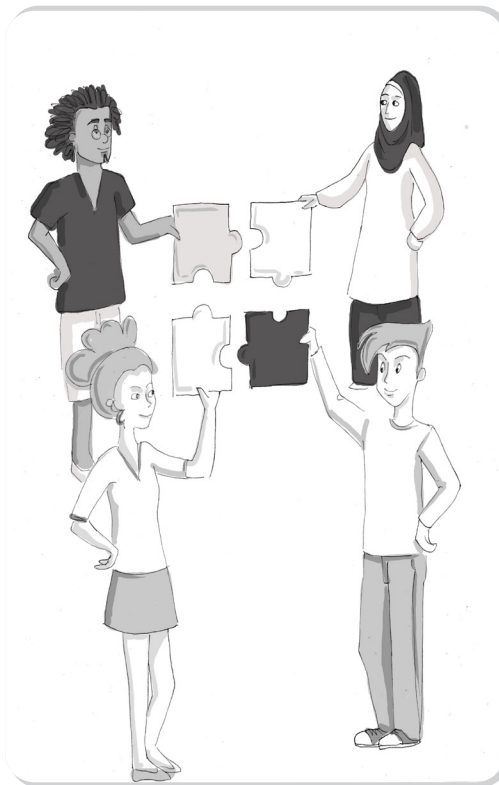
Team building-aktiviteterna är ett enkelt sätt att få er att tala med och lyssna på varandra, lära er känna varandra, och förbereda er för att arbeta i team. Det är även ett sätt att erkänna mångfalden av personer i gruppen och lära sig känna och förstå varandras bakgrund samt tänka ut hur man kan gå vidare tillsammans.

Team building-aktiviteterna är ett trevligt sätt att inleda gruppbildningsprocessen, oberoende av om det gäller en tre dagars

övning eller en kurs på ett år.

Exemplen bryter isen och ger energi. Ni kan göra dessa övningar av olika orsaker och ni vilket skede som helst: för att värma upp eller koppla av som grupp, efter lunch för att få gruppens tankar tillbaka till mötet, för att introducera följande del av kursen eller för att ta itu med en utmaning som ert team (tillsammans eller i små grupper) måste antingen övervinna eller behandla.

Team building-aktiviteterna kan anpassas till er grupp och situati-



on. När ni överväger en aktivitet ska ni känna till särdragen i er grupp, såsom kulturell bakgrund och utbildningsfokus. Välj alltid en aktivitet som tillåter alla gruppmedlemmar delta. Isbrytarna och team building-aktiviteterna är lämpliga för alla åldrar; det finns inget sånt som att vara "för gammal" för detta. Många människor

njuter av upplevelsen att "kunna släppa taget" när de märker att det är OK att koppla av och ha kul och samtidigt på detta sätt lära sig tillsammans med andra. . Metoderna som används i denna Learning Kit-handbok är avsedda att främja icke-formellt lärande och att arbeta tillsammans som grupp. Alla aktiviteter i Modul 1 kan anses vara team building-aktiviteter som tjänar det övergripande syftet med inkludering och uppskattande av mångfald. Ni kan besluta att välja en speciell aktivitet om mångfald för att belysa problemen ni eventuellt vill diskutera, potentiella problem som andra människor kan råka ut för eller som uppdatering för att komma tillbaka på rätt spår som grupp.

Alla borde kunna känna sig önskad och uppskattad under mötet, så var säkra på att ni godkänner grundreglerna innan ni inleder någon aktivitet, medräknat isbrytaraktiviteterna.

## Regler och principer för verkande i en grupp med

- Använd inkluderande språk för att skapa och upprätthålla en inkluderande stämning: använd korrekt språk (t.ex. ett flyktingbarn vs. ett barn med flyktingstatus), undvik nedvärderande stämplor (t.ex. den där muslim pojken) och normativa jämförelser (t.ex. normala människor vs. handikappade människor, normala ätare vs. människor med kostbegränsningar, sexuell majoritet vs. sexuell minoritet osv.). Stämplor är försvagande och får människorna att fokusera mer på olikheterna
- Bekräfta olikheterna positivt — hitta olika sätt att visa godkännande och inkludera olikheterna när det är lämpligt och möjligt
- Främja öppenhet och ärlighet i dialog
- Främja icke-dömande beteende och respekt för mån-

gfald. Avvisa diskriminering och våld i enlighet med den universella deklarationen om de mänskliga rättigheterna. Uppmuntra alla att stödja varandra i att delta helhjärtat i kursen. Tänk också tillsammans på barriärerna och hur deltagarna kan övervinna dem

- Sträva efter att vara oenig på ett accepterande sätt
- Håll fast vid att följa de överenskomna principerna. Detta ger deltagarna styrka om de känner att de inte kan fullt delta och uppmuntrar även andra att dela deras oro. Om det finns dominerande deltagare, diskutera problemet enskilt med dem
- Ta på förhand hänsyn till eventuella problem som gäller deltagande, till exempel angående kön, språk eller deltagare tillhörande en minoritetsgrupp, deltagare med speciella åtkomstbehov, i synnerhet gällande personer med funktionshinder.

## 2. Identitet och kultur

Detta avsnitt är avsett att lära er förstå hur identitet och kulturer bildar sig och uttrycks, och hur kulturerna är anslutna till varandra. Ni utvecklar en medvetenhet om andra kulturer, lär er uppskatta olika synvinklar och utmanar era antaganden.

För att förstå hur identiteter och kulturer bildar sig och uttrycks, förändras och ansluts till varandra måste vi vara medvetna om vad vår egen identitet och kultur består av och hur den uttrycks.

Identitet är vår självbild. Den består av övertygelser, värderingar och intressen som definierar oss som individer.

Vår sociala identitet består av ras, religion, språk, kön roller och kulturer vi identifierar oss med i samhället i stort. Några element i vår identitet är synliga, andra är osynliga och några väljer vi (eller andra människor) att inte avslöja. Vi borde vara försiktiga med att göra antaganden om personer på basen av det vi ser.

Var och en av oss har många olika sociala identiteter: studerande, son, broder, musiker, kock, hundälskare, muslim och irakier. I vissa skeden av livet kan våra identiteter förändras eller utvidgas genom nya roller som vi får, t.ex. fru/man, förälder, samhällsledare, eller miljöaktivist.

Vissa influenser skapar spänningar om de inträffar samtidigt och strider mot varandra. Till exempel kan du påverkas av traditionella familjevärden lika mycket som du påverkas av global populärkultur. Vissa socialgrupper, t.ex. politiker, media, kyrkan eller nuförtiden vloggare och påverkare, inverkar på vårt sätt att se oss själva och andra.

Ett viktigt faktum är att vår uppfattning om "annanhet" eller andras identitet påverkar jämställdhets- och rättvisenivån i samhället. Våra antaganden om huruvida kvinnor har mindre förmåga än män eller om LGBTQ-personer förtjänar färre rättigheter kan få rättsverkningar och långsiktiga konsekvenser för dem att hantera.

Hur vi förstår och uppskattar vår egen identitet och andras identitet är avgörande för våra val. En stark känsla av ens egen identitet kan leda till konflikter och fungera som motivering för förtryck av andra personer och samhällen med olika identiteter. Samtidigt får bättre förståelse för andra personers identitet oss att förstå influenser, åsikter, attityder och behov hos olika personer och kulturer. Detta hjälper oss i sin tur att utveckla kritiskt tänkande och utredningsförmåga.

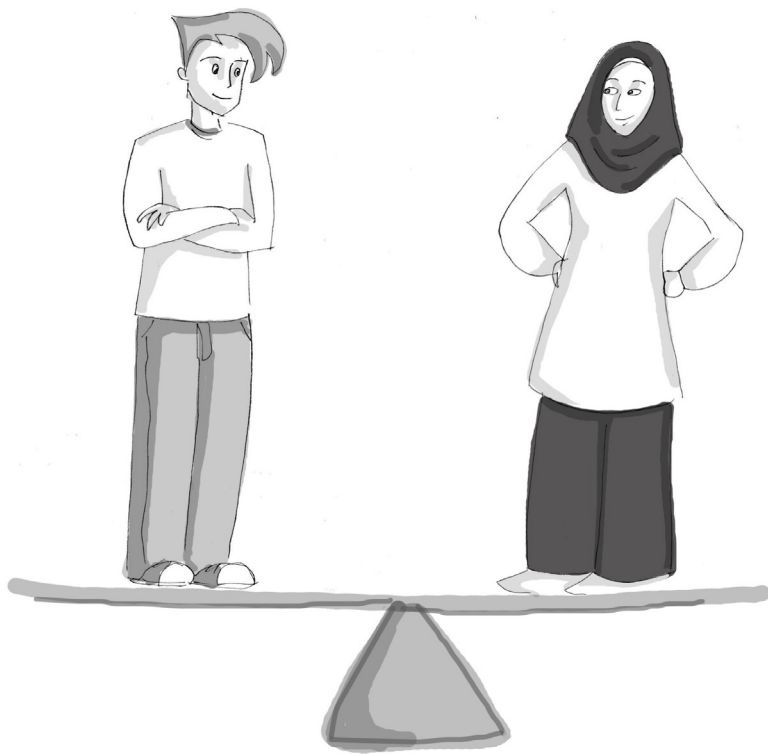
Ens identitet är individuell och inte alltid en synlig självbild; kultur är däremot en uppsättning värderingar, övertygelser attityder och beteenden som lärs och delas i en gemenskap. Kulturen är ofta synlig och kan identifieras genom mat, klädsel, musik och dans. Kulturen ger även riktlinjer för hur identitet uttrycks och förverkligas i vår familj eller vårt samhälle, som ett inre uttryck för vår inställning till livet. Till exempel i tysk kultur är det vanligt för kristna kyrkor att fira konfirmation så att tonåringen märker övergången till vuxen ålder, men däremot i somliga kulturer i en del afrikanska länder firas vuxenåldern hos flickor genom tidigt äktenskap.

Gemensam kulturell praxis hjälper människor förstå varandra och ger dem en känsla av trygghet, samhörighet, stolthet och identitet. Samtidigt kan den även skapa förväntningar på andra kulturer att leva på samma sätt, och ha normer och åtgärder skapade för andra som inte följer samma principer. Dessa förväntningar kan senare bli källor till bedömning och fördomar .

Om vi vill skapa inkluderande gemenskaper och samhällen, måste vi säkerställa att invånarna respekterar varandras identitet och kultur, och att olikheterna är erkända och möjliga.



### 3. Att främja mångfald och social rättvisa



Mångfald har blivit vardagsverklighet i våra globala samhällen. Vi dricker italienskt kaffe, shoppar i turkiska affärer, använder kläder som är gjorda i Indien och kör med tyska bilar. Men uppskattar vi mångfald i den mån vi ser dess fördelar eller är det så att vi ibland förnekar det.

I praktiken betyder mångfald erfarenheten av att arbeta med olika grupper då det gäller ras, utbildningsbakgrund, religion, ursprung, handikapp och kön. Det är annorlunda än att arbeta i en heterogen grupp med en gemensam identitet och kultur, och mindre utmaning gällande inkludering. En gemensam identitet hjälper oss att känna oss trygga och säkra i en grupp. I och med att mångfalden ökar känner vi oss möjligen mindre trygga och lösrädda från vår sociala miljö. Händelser runt om i världen visar att människorna kan reagera på detta på många sätt, antingen genom att starkt försvara sina identiteter 'under tryck' eller genom att uppskatta olikheterna, skapa trygghet och förståelse samt hitta delade identiteter mellan olika

grupper. T.ex. Pegida-rörelsen främjar traditionell tysk identitet, samtidigt som man avvisar och motsätter sig islamisk praxis och muslimer; däremot stöder Europeiska Unionen pågående transnationella ungdomsutbyten som syftar till att lära sig känna igen och korrigera stereotyper, att hitta en gemensam plattform och hantera olikheter i ett team.

För främjande av mångfald måste vi förbinda oss till förändringar, till ärlig diskussion om negativa influenser, så som kulturella missförstånd, stereotyper, fördomar och exkluderande förfarande och använda bevis på god praxis och innovationer, så som gemenskapsbaserade entreprenörskapsinitiativ för människor med olika bakgrunder.

Mångfald är inte en fråga som ska tas upp endast i klassrummet. Mångfald är en princip om social rättvisa, som tillsammans med jämlikhet och stödjande omgivning garanterar alla människor samma möjligheter till välfärd, personlig utveckling och socialt privilegium. Det ska alltid främjas, stödjas och förstärkas. Att förstå dessa principer och kunna se ojämlikhet förstärker vår känsla av social rättvisa, så att vi kan tillämpa den i vår omgivning. Om vi godkänner människors likheter och olikheter och stödjer deras deltagande, blir vi starkare ledare.

Tyvärr bemöts alla inte likvärdigt. Vi stöter på de grundläggande frågorna inom rättvisa i vårt vardagliga liv antingen direkt eller indirekt i kontakt med vänner, släktingar och kolleger. Många grupper i vårt samhälle — etniska minoriteter, kvinnor eller personer med handikapp — är utsatta för fördomar, myter och konfliktlösning genom sina relationer med andra medlemmar i samhället. Genom trygga diskussioner och strukturerade aktiviteter kan vi utforska dessa problem i en trygg omgivning och skapa medvetenhet om vad mångfald är, vilka dess fördelar är för samhället och varför en del människor motsätter sig mångfald.

Aktiviteterna i detta avsnitt är avsedda att skapa ett öppet och säkert ramverk för att kunna titta på skillnaderna, avlägsna kulturella hierarkier och förstärka vår förmåga att utveckla informerade etiska synpunkter på komplexa frågor, medräknat fördomar, diskriminering, xenofobi, rasism osv. I följande moduler kommer vi att se på gemenskapsbaserat företagande som ett redskap i att bli proaktiv och skapa fler sociala verktyg i våra gemenskaper.



## 4. Inkluderande och interkulturell dialog



In denna del får ni lära er om dialogens principer, olika synsätt på dialogen och användningen av dialogen för inkluderande och gemenskapsbaserad verksamhet. Många utsatta samhällsgrupper har ingen röst, så uppbyggande av en konstruktiv interkulturell dialog innebär användning av en teknik som baserar sig på lyssnande och frågande för att skapa inkluderande utrymme. Syftet med Welcomeship -kursen är att skapa utrymme för att sådana värderingar som tolerans, ömsesidig förståelse och respekt kan främjas och förbättras.

Dialog är en diskussion där människorna lär sig och delar sina erfarenheter med varandra. Dialog skiljer sig från andra former av konversation, som t.ex. debatt, diskussion, försvar eller förhandlingar. Dialogens syfte är att förstå olika perspektiv och hitta en gemensam plattform. I och med globala system och frågor som påverkar lokala samhällen, t.ex. klimatförändringen, migration, osv. måste vi inleda en dialog för att kunna hantera dem effektivt.

Dialogen fokuserar på lärande. Den får dig att värdera olika perspektiv och leder till ökad kollektiv visdom. Fokus på delning skapar ömsesidigt förtroende och empati för varandra. På detta sätt ser vi inte endast åtgärderna och orden utan även övertygelserna och motiveringarna bakom dem. Att lära och dela är deltagandets principer; det är så vi bygger starkare och inkluderande gemenskaper. En förutsättning för varje lyckad dialog är ett äkta intresse för en annans perspektiv. Ett hinder för detta är dock diskriminering eller ojämlika sociala positioner mellan parterna i dialogen, vilket skapar ogynnsamma omständigheter .

Många färdigheter stöder dialogen, t.ex. lyssnande och frågande, liksom även metoder som organiserar konversation på ett sätt som maximerar effektivt lärande och delande. Dessa är färdigheter du behöver som ledare, företagare eller aktivist på vilken nivå som helst i samhället. När du är med i en dialog, försöker du ifrågasätta dina antaganden, välkomna nya idéer, öka din empati gentemot olika synsätt, förstå hinder som andra stöter på i fråga om ett meningsfullt deltagande, utvidga eller möjligen förändra någons synpunkter, hitta en gemensam plattform och hålla dialogen levande. En del aktiviteter och övningar är avsedda att bygga upp dessa färdigheter i praktiken.

## 5. Gemenskapens utveckling och anda

I denna del får du lära dig om gemenskapens koncept, lokalt och globalt ömsesidigt beroende, makt och beslutsfattande, samt även nätverks- och konflikthanterings värde i ömtåliga gemenskaper. I följande moduler ska vi tala om hur gemenskapsbaserat entreprenörskap kan vara till hjälp i hållbar utveckling av samhällen. Ni får lära er gemenskapskartläggning för att ta reda på behov och hur man ska utveckla gemenskapsbaserade idéer.

En gemenskap är en grupp människor som delar en geografisk lokalitet och har gemensamma intressen då det gäller lokalitetens kvalitet och möjligheter. En gemenskap kan även bildas på basis av gemensamma värden och intressen, t.ex.:

- arbete, t.ex. yrkesorganisationer, föreningar, informella gemenskaper
- religion och/eller tro
- människor med gemensam etnisk bakgrund
- människor av samma kön och/eller sexualitet
- intresse för samma fritidsaktiviteter t.ex. sport, musik
- av speciella orsaker, t.ex. klimatförändring, barnens rättigheter och jämställdhet mellan könen.

Några gemenskaper bildas på basis av människors medvetna beslut att vara medlemmar ("musiker i dialog"), och andra på basis av omständigheter och historia (flykting-, expat- eller invandrargemenskap). En person kan identifiera sig med många gemenskaper, deras värden och val. På detta sätt utvidgar varje gemenskap en persons identitet. Gemenskaperna kan vara små eller stora, fokuserade eller mera obestämda, och ibland har de motstridiga intressen.

I Welcomeship- projektet talar vi om en inkluderande gemenskap och det är då nödvändigt att definiera gränserna för var inkluderingen sker och alla människor kan delta i beslutsfattandets process och har lika möjligheter att få tillgång till sociala tjänster.

En inkluderande gemenskap stöder individernas egenmakt så att tidigare exkluderade grupper får delta i beslutsfattandet. Det kräver kunskaper om beslutsmakten, praktiska hinder för deltagande och hur nätverk och gemenskapsbaserat entreprenörskap kan främja inkluderande .



# Tilläggsresurser & Lärande

## Team building

- [Ten quick and easy team building activities](#) a short description
- [Great icebreakers](#) a video of icebreakers

## Identity and culture

- Healthy conversations with young people a guide for youth workers and trainers
- We are not all that different: race and culture identity Seconde Nimenya's TED Talk

## Promoting diversity and social justice

- ['Fasian': Fake Asian - It's \(past\) time to appreciate cultural diversity](#) Hayley Yeates's TED Talk TED - Talks to help you understand social justice a selection of nine TED Talk videos

## Inclusion and intercultural dialogue

- Dialogue guides a collection of free resources on commonly discussed intercultural topics (from humour to racism) by the Sustained Dialogue Institute
- In defense of dialogue Jonas Gahr Støre's TED Talk

## Community development and spirit

- What makes a welcoming and inclusive community a mental checklist video from the city of St. Albert, California
- Building inclusive communities a step by step guide and toolbox for community development
- Introduction to power analysis the Powercube method to community and power relationships

# Module

# 2.

“Every great dream begins with a dreamer. Always remember, you have within you the strength, the patience, and the passion to reach for the stars to change the world.”

— Harriet Tubman

# Entreprenörskap & Gemenskap



*“Every great dream begins with a dreamer. Always remember, you have within you the strength, the patience, and the passion to reach for the stars to change the world.”*

— Harriet Tubman

## Kort beskrivning

Syftet med denna modul är att förstå olika typer av entreprenörskap, likaså rollen som entreprenörerna har i vårt samhälle, t.ex. vem är de (sociala) entreprenörerna du ser upp till, vilka idéer inspirerar dig och vilka är dina rollmodeller med tanke på att åstadkomma en social förändring. Om du inte vet ännu så är det här din upptäcktsfärd börjar.

Denna modul hjälper dig även att förstå var dina intressen, färdigheter, erfarenheter, ambitioner och passioner finns, för att du ska kunna identifiera dig själv som blivande (social) entreprenör. Om du vill bli en framgångsrik entreprenör, ska du anpassa dina intressen, färdigheter, erfarenheter till en social fråga eller ett problem och med kombinationen av ditt hjärta och sinne får du frön av framgång att växa.

## Inlärningsmålen

- Känna igen entreprenörernas roll i samhället och i din gemenskap
- Identifiera områdena i din ekonomi/ditt samhälle där entreprenörerna arbetar
- Diskutera om vad gemenskapsbaserat entreprenörskap är och hur det skiljer sig från företagande och socialt entreprenörskap
- Identifiera dina rollmodeller och vem eller vad som inspirerar dig
- Förstår hur din egen passion, dina intressen, färdigheter och erfarenheter kan anpassa sig till din potentiella entreprenörsinriktning

# 1. Definition olika typer av entreprenörskap



I YEPP (Youth Empowerment Partnership Programme) -definitionen är entreprenörskap ett verktyg till egenmakt hos individer och gemenskaper för att de ska lära känna sin potential och skapa hållbara affärsverksamhetsmodeller som baserar sig på lokala aktörers samarbete, är socialt ansvariga och ser lokala behov i anslutning till samhällets resurser.

De vanligaste typerna är affärsverksamhet och socialt entreprenörskap. Affärsverksamhet indelas i små företag med stödkedjor och små startups som lockar riskkapital att växa och utvecklas, samt stora bolag som växer genom hållbara innovationer och erbjuder nya produkter utöver sina kärnprodukter.

Socialt entreprenörskap är en typ av entreprenörskap där sociala entreprenörer är innovatörer som fokuserar på produktutveckling och tjänster som löser sociala problem och behov. Deras primära syfte är att göra världen till en bättre plats, inte att ta marknadsandelar eller välfärd för grundarna. De kan vara ideella, vinstdrivande eller hybrider. Tidigare var skillnaden mellan affärsverksamhet och socialt entreprenörskap tydlig. I dagens värld är det så att även om målet i slutändan är att få vinst, viktet är normalt i affärsverksamhet, måste man ändå ta den sociala och miljöaspekten i beaktande.

Gemenskapsbaserat entreprenörskap är en typ av socialt entreprenörskap med syftet att utnyttja gemenskapens resurser och skapa en ny produkt eller tjänst som kan svara på gemenskapens behov (mer exakt i följande avsnitt).

Andra typer och former av entreprenörskap definieras enligt målgruppen eller verksamhetsområdet, t.ex. kvinnor, veteraner, flyktingar, miljön osv., och inverkar på hur vinsten återinvesteras. Eftersom skillnaderna ofta är en fråga om definition, är det viktigt för dig att du kan definiera vilken typ av entreprenör du vill vara och vilka dina slutliga syften och mål är.

Om ditt slutgiltiga mål är att skapa sociala förändringar, bli social entreprenör och använda verktyg och metoder från affärsentreprenörskap, är det viktigt att säkerställa projektets hållbarhet.

Hållbarhet grundar sig på en enkel princip, t.ex. allt vi behöver för vår överlevnad och välbefinnande beror antingen direkt eller indirekt på vår naturliga miljö. Hållbarhet skapar och upprätthåller omständigheter under vilka människan och naturen kan leva i produktiv harmoni och uppfylla sociala, ekonomiska och andra förutsättningar för nuvarande och kommande generationer. Det är viktigt att säkerställa att vi nu och i framtiden har vatten, material och resurser som skyddar människans hälsa och vår miljö.

Detta definierar väl begreppet hållbarhet i allmänhet men när vi inom entreprenörskap talar om en hållbar (social) affärsmodell menar vi en modell som alstrar tillräcklig och varaktig inkomst och ger socialt entreprenörskap möjlighet att inte bara överleva utan även vidareutvecklas och växa.

## 2. Gemenskapsbaserat entreprenörskap



Gemenskapsbaserat entreprenörskap anses vara ett viktigt instrument för förverkligande av potential speciellt bland gemenskaper som är berövade och isolerade och marginaliserade från den allmänna ekonomin. Det är ett verktyg för ökad social status som skapas genom gemensamma kulturella värderingar, resurser och tillit som uppstår genom nära mänskliga relationer och möjliggör skapande av fungerande ekonomisk verksamhet. Som forskarna, Parwez och Sazzad påpekar i *Journal of Innovation and Entrepreneurship* 2017, entreprenörsverksamhet som skapar lokala offentliga varor för en gemenskaps företagsverksamhet har en jämförelsevis bra fördel framför marknadsorienterad verksamhet.

I Welcomeship -projektet använder vi följande definition av gemenskapsbaserat entreprenörskap:

Gemenskapsbaserat entreprenörskap betyder att människornas entreprenörskapsidéer är direkt länkade till gemenskapen de lever i, tillhör eller känner sig anslutna till. Dessa idéer härrör från en situationsanalys och återspeglar gemenskapens behov och resurser. Idéerna genomförs i samarbete med intressenter i gemenskapen. Gemenskapsbaserat

entreprenörskap främjar entreprenörsanda, färdigheter och kompetens, fungerar som ett medel för att främja aktivt medborgarskap och inkludering, samt ökar social inverkan.

### Exempel på gemenskapsbaserat entreprenörskap är:

- Den flytande parken gjord av uppsamlad och återvunnen plast i Rotterdam, Nederländerna
- I YEPP -gemenskapen finns ett fjärrhus i Odorheiu Secuiesc, Rumänien, för att främja turismen i regionen
- Tjugotvå utmärkta affärsidéer inom socialt entreprenörskap <https://www.thesedge.org/socent-spotlights/22-awesome-social-enterprise-business-ideas>

Brainstorma och diskutera gruppens definition om entreprenörskap som baserar sig på Guidebokens aktiviteter och handledningen. Hitta på andra definitioner.



# 3. Rollmodeller och entreprenörer i samhället/ er gemenskap

Utvecklingen av gemenskapsbaserat entreprenörskap har hjälpt samhället att ta itu med några av de mest angelägna frågorna. Att förstå innovationer och entreprenörskap inom olika domäner är väsentligt för att kunna se helheten. Det är viktigt att förstå vilken roll olika typer av entreprenörer har i samhället. Många känner bra till sådana entreprenörers prestationer som Steve Jobs eller Richard Branson, men hur bra känner ni till sociala entreprenörer som t.ex. Muhammad Yunus och arbetet som gav honom Nobelpriset. Hur många entreprenörer känner du och är inspirerad av i ditt eget land eller din gemenskap? Vad har dessa entreprenörer gjort som du tyckt eller inte tyckt om? Hurdan är deras historia?



Hur blev de framgångsrika entreprenörer? Vad har varit deras bidrag till världen eller din gemenskap? Tänk på sådana branscher som ekonomi, finanser, vetenskap, teknologi, hälsa eller välgörenhet där entreprenörer spelat en viktig roll.

## Etik och sociala konsekvenser

Då det gäller etik, står entreprenörerna inför många problem när de arbetar på sin företagsidé och lanserar sin sociala verksamhet. Det är inte alltid enkelt att dra gränser och fatta beslut som är både bra för människorna och samtidigt vinstbringande.

Till exempel när det gäller en idé, vem borde äga den? Kan du driva en idé även om den ursprungligen kommer från någon annan? Då det gäller resurser, kan du använda din anställdes dator eller telefon för att driva dina egna idéer? Är det rättvist att be familjen och vänner att finansiera din idé? När du säljer din idé, var går gränsen mellan att överdriva eller presentera den? Är "gör det falskt tills du klarar av det" etiskt försvarligt? Vem har rätt att vara i ett team? Vilka är dina skyldigheter med tanke på dina anställda? Det kommer att finnas många situationer där du är tvungen att fatta svåra beslut med tanke på etiken.

Det är också viktigt att tänka på vilka sociala konsekvenser din verksamhet har för ditt team, din gemenskap, dina kunder och miljön, och att tydligt definiera och presentera de sociala konsekvenserna, speciellt då du arbetar med en idé inom socialt entreprenörskap. Försök förklara tydligt hur du skapar social sammanhållning, hur exakt löser du ett socialt problem och hur ditt företagande ger upphov till positiv social förändring. Detta borde vara äkta och utgöra huvudsyftet och ett kärnelement i din affärsmodell. Det är också viktigt att ditt team fullständigt tror på det innan du börjar övertyga andra runt omkring och marknadsföra din idé externt. Den ska vara förbunden till din mission och vision. Om du "feikar" bara för att dra nytta och få inkomster eller en god image för din affärsverksamhet kommer människorna att märka det.

En bra entreprenör är en social ansvarsfull medborgare, t.ex. en som är omtänksam, betalar rättvisa löner, åtar sig "etisk" försäljning och använder rättvisa speltekniker. även om din mission inte är social förändring kan du ändå vara socialt ansvarsfull utan att vara en social entreprenör, som t.ex. behandla dina anställda väl eller delta i välgörenhetsverksamhet .

I din självreflektionsprocess, då du försöker se dig själv som entreprenör vill du kanske ta reda på vad andra (sociala) entreprenörer har uppnått eller bidragit med i samhället och se upp till förebilder (människor som inspirerar dig) för att kunna definiera egenskaper, karaktärsdrag, färdigheter, metoder eller attityder du vill utveckla för dig själv.

## 4. Jag en entreprenör: mina passioner och färdigheter

Nu har du alltså lärt dig olika saker om din gemenskap och omgivning samt om människor som inspirerar dig, Följande steg är att skapa en länk till din idé och den ska vara baserad på din identitet, dina intressen, dina erfarenheter, passion och saker du gillar.

När du tar detta steg ska du identifiera det som verkligen motiverar dig, vad du brinner för, vad du är bra i och vad du faktiskt njuter av att göra.

Använd Rita dina passioner -bedömningstesterna och spelet om talanger för att få reda på vad du verkligen är intresserad av. Diskutera resultatet med dina kamrater och skriv sedan ett brev till dig själv för att specificera var du vill se dig själv i framtiden, och öppna brevet i slutet av projektet.



# 5. Gemenskapsanalys

En gemenskapsanalys avslöjar allmänna problem och utmaningar, resurser och spelare som finns i gemenskapen.

En noggrann analys av en gemenskaps situation är en milstolpe i din förståelse för och ditt lärande om områdets specifika egenskaper, olika gemenskapsgrupper och deras behov, den ekonomiska strukturen, de viktigaste aktörerna, resurser att ta i beaktande och vilka företagsidéer som behövs i din omgivning.

Gemenskapsanalysen är viktig av följande orsaker:

- Den ger en bra bild av de verkliga resurserna som finns
- Den hjälper att etablera nya kontakter med befintliga lokala organisationer, projekt och initiativ
- Det kräver att du genomför aktiviteter som är lämpliga för gemenskapens medlemmar och som ökar kontakterna med lokalbefolkningen, i synnerhet med ungdomarna
- Ditt aktiva deltagande i gemenskapsanalysen, t.ex. att uppgöra frågeformulär, göra intervjuer med invånarna, analysera intervjuernas resultat osv. hjälper dig att bli lokalt integrerad och är samtidigt en teambildningsaktivitet för din nyskapade grupp. Det ger även en möjlighet för dig att arbeta i gemenskapen med något konkret och handgripligt ända från början
- En analys av befintlig service hjälper att hitta brister och fragment i leveranserna och den fullständiga rapporten är till hjälp för att locka ledande politiska beslutsfattare
- Project som är planerade som direkt respons till konstaterade lokala behov utvecklas vanligtvis med bättre framgång
- En systematisk gemenskapsanalys kan hjälpa till att locka ytterligare finansiering

Andra metoder för gemenskapsanalys är gemenskapskartläggning: en analys av behov, utmaningar, problem, möjligheter och tillgångar, samt fotosafari: en interaktiv metod att se närmare på platserna i din gemenskap (positiva platser, platser för inlärning, negativa platser och platser med ingen åtkomst) genom kameran (båda är beskrivna bland aktiviteterna).

Ytterligare metoder:

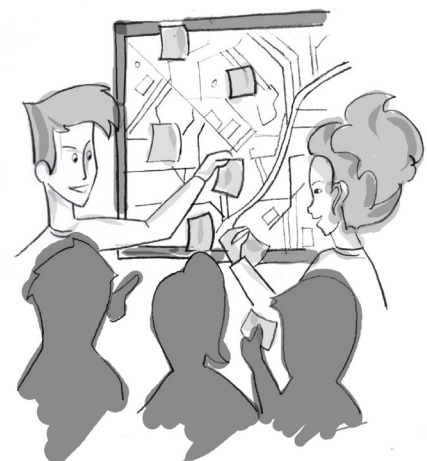
- Deltagande bedömning: gemenskapsmedlemmarna involveras genom deltagande i en kartläggning som visar gemenskapens synpunkter
- kartläggning av tillgångarna i gemenskapen: focus på tillgångarna, färdigheterna och resurserna i gemenskapen
- Problemträdet: går djupare för att hitta de grundläggande orsakerna till problemen i gemenskapen

Se avsnitt Ytterligare resurser & lärande för mera länkar till dessa metoder.

När man genomför en gemenskapsanalys kan det vara nyttigt att använda många av dessa metoder och kombinera dem.

Plocka de bästa metoderna (eller många av dem) från övningarna för att genomföra gemenskapsanalysen. Diskutera vad ni hittat i grupp.

En gemenskapsanalys är inte djupgående marknadsforskning, vilket är ämnet i följande modul. Det är dock ett bra verktyg för att få en uppfattning av din gemenskap på ett nytt sätt, från entreprenörens synvinkel.



## 6. Entreprenörskap och inkludering

Inkludering, mångfald och innovation är entreprenörstermer för affärsrecept för framgång.

En gemenskap växer starkare om alla röster blir hörda och tillåtna, oberoende av deras tro, bakgrund, ras, kön, handikapp eller ålder. När människor känner att de har sin plats, ett verkligt hem, känslan av tillhörighet, självuppfattning och respekt från andra, då kan de verkligen bidra till den gemensamma framtiden.

När du utvecklar din idé om gemenskapsbaserat entreprenörskap, se dig omkring i din gemenskap. Vilka behov, problem, utmaningar, möjligheter och tillgångar kan du se?

- Var finns kunderna och hur kan du nå dem?
- Hur kan din idé hjälpa en viss grupp med att tillfredsställa deras behov?
- Vilka produkter eller tjänster finns redan inom området?
- Vilka konkurrenter eller potentiella partner är aktiva inom området där du vill arbeta?

Diskutera din förståelse av inkludering i din grupp och studera exemplen om entreprenörsidéer för inkludering i aktivitetsavsnittet.



# Ytterligare resurser & Lärande

## Definition and types of entrepreneurship

- Becoming an entrepreneur an infographic
- Types of entrepreneurship a matrix by Ben Casnocha
- Twenty experts define entrepreneurship some quotes
- World version - entrepreneurs can change the world an international video

## Community-based entrepreneurship

- Social entrepreneurs – five stories a video from the World Economic Forum
- Ten greatest social entrepreneurs of all time in pictures
- Thirty historical business entrepreneurs that have influenced the world in pictures

## Role models and entrepreneurs in society / your community

- The rise and rise of good business about John Bird, founder of the UK magazine The Big Issue
  - “Nothing more powerful” about Bill Drayton, founder of the Ashoka Network
- Albina Ruiz - Ciudad Saludable about Albina Ruiz, a Peruvian social entrepreneur
  - The world’s most and least ethical companies of the last twenty-five years
- Ten most unethical business practices in big business
- Seven international worst aid ideas
- Entrepreneurship ecosystem model

## Me the entrepreneur – me and my passions and talents

- How to find your passion a step-by-step guide
- What really motivates you to startup a tutorial from Günter Faltn
- Top ten motivational YouTube Videos for entrepreneurs

## Community analysis

- Community asset mapping an example on an Australian community
- Toolkit for mapping assets in your community
- The problem tree a video illustrating it
- Participatory appraisal a guide

## Entrepreneurship and inclusion

- Jobs, SMEs and refugees best practice at Volkswagen in Germany
- Inclusive entrepreneurship from the European Commission
- Supporting investment in immigrant talent and business a worldwide resource
- OECD policy framework for inclusive entrepreneurship in Europe supporting different groups, e.g., young people, women, people with disabilities, etc.

Creativity is a great motivator because it makes people interested in what they are doing. Creativity gives hope that there can be a worthwhile idea. Creativity gives the possibility of some sort of achievement to everyone. Creativity makes life more fun and more interesting.

— - Edward de Bono

# Module

# 3.

# Idéutveckling



*Creativity is a great motivator because it makes people interested in what they are doing. Creativity gives hope that there can be a worthwhile idea. Creativity gives the possibility of some sort of achievement to everyone. Creativity makes life more fun and more interesting.*

— Edward de Bono

## Kort beskrivning

Modul 2 har du lärt dig vad entreprenörskap är och om olika typer av entreprenörskap, i synnerhet gemenskapsbaserat entreprenörskap. Vi har även sett på entreprenörernas roll i samhället, och du har upptäckt var din motivation och passion finns. Vi har även tänkt på hur man ska analysera gemenskapen och identifiera dess utmaningar och problem samt även dess potentiella resurser, partner eller möjligheter.

I Modul 3 ska vi se hur vi kan ytterligare fördjupa denna analys och genomföra en lämplig marknadsundersökning, hur vi kan identifiera behov eller problem som ska lösas, hur vi kan ta fram gemenskapsbaserade entreprenörsidéer och vidareutveckla dem.

Att analysera befintliga aktörer i gemenskapen med hjälp av verktyg såsom att fråga rätta frågor och SWOT analys är viktiga element i Modul 3. Idéutvecklingsförmåga, hur man ska ställa SMARTA mål för sin idé och göra prototyper är verktyg du även kommer att pröva på.

## Inlärningsmål

- Att lära dig hur du frågar de rätta frågorna när du genomför en marknadsundersökning
- Att analysera befintlig affärsverksamhet i din gemenskap genom att fråga rätta frågor
- Att utforska tekniker som t.ex. kartläggning för att skapa idéer
- Att lära dig om skillnader mellan en idé och en möjlighet och hur man identifierar en möjlighet inom marknaden
- Att få nya färdigheter och nya verktyg såsom SWOT analysen, att ställa SMARTA mål eller göra prototyper



# 1. Att ställa de rätta frågorna

Innan du börjar utveckla gemenskapsbaserade entreprenörsidéer för dig själv, är det värt att ytterligare analysera befintliga exempel på entreprenörer, affärsverksamhet och social affärsverksamhet i din gemenskap och att fråga några nyckelfrågor om hur de arbetar, vilka deras produkter eller tjänster är, hur de skiljer sig från konkurrenterna, vilka deras kunder är, vilka partner de har och vad det är som gör dem till framgångsrika aktörer i gemenskapen. Att förstå dessa bolags eller sociala entreprenörers nyckelelement, deras affärsmodeller, deras relation till marknaden kommer att hjälpa dig senare när du utvecklar din egen gemenskapsbaserade idé. Här kommer några nyckelfrågor att ställa när du analyserar befintlig (social) affärsverksamhet:



## Värdeproposition

- Vilka kundproblem löser de och vilka behov möter de?
- Vilka är de produkter eller tjänster de har infört för att uppnå detta?
- Vilket värde eller vilka fördelar skapar de för kunderna?

## Kunderna

- Vilka kundsegment tjänar de huvudsakligen?
- Vilka är deras viktigaste kunder?

## Kundrelationer

- Vilka relationer har de med sina kunder?
- Vem har inverkan på kunderna t.ex., opinionsbildare, intressenter, användare, osv.?
- Vilka relationer har deras konkurrenter med sina kunder?

## Kanaler

- Genom vilka kanaler, t.ex., affärer, internet, media, osv. når de sina kundsegment?

## Nyckelaktiviteter

- Hur producerar de sina produkter eller tjänster?
- Vilka kompetenser eller nyckelaktiviteter behöver de?

## Nyckelresurser

- Vilka nyckelresurser har de bakom sina erbjudanden i termer av:
  - IT system?
  - Mänskliga resurser?
  - Materiell utrustning
  - Lokalisering?

## Kostnader

Vilka är deras huvudsakliga

## Inkomster

Vilka är inkomstströmmarna?

Vilka är priserna för deras produkter?

## Nyckel partner

- Vilka är deras partner?

## Bli inspirerad: mindmapping



Efter att ha analyserat ett befintligt (socialt) företag och frågat nyckelfrågorna, är mindmapping ett intressant sätt att illustrera svaren att använda mindmapping. Det är ett visuellt verktyg som hjälper att strukturera informationen och är en enkel teknik för grafisk presentation av idéer och koncept. Det hjälper till att strukturera information, och att analysera, förstå, syntetisera, minnas och skapa nya idéer. I mindmapping ritar du information i ett diagram i stället för att skriva meningar. Det börjar med en bild på mitten och grenar ut och delas in i nya grenar som får formen av ett träd.

Förutom att det är roligt är det även ett analytiskt och konstnärligt sätt att strukturera idéer och engagerar din hjärna på ett mycket effektivare sätt. Se denna instruktions video som visar hur man gör en mindmap.

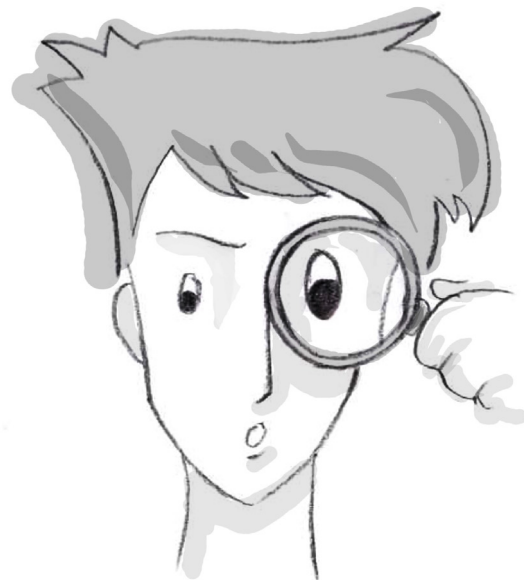
## 2. Marknadsundersökning

Marknadsundersökning är ett verktyg som hjälper dig att gå djupare i din analys gällande gemenskapen, kunderna, en industri eller befintlig (social) affärsverksamhet i din gemenskap, att förstå hur de är relaterade till produkter, tjänster, marknaden, konkurrenter och partner. Genom att använda internet, utforska statistik, genomföra fältundersökningar och intervjua människor kan du få fram mera detaljer om varför en del (social) affärsverksamhet är framgångsrikt, vilka värden erbjuder de sina kunder och varför kunderna är villiga att betala för deras produkter eller tjänster.

Senare, när du utvecklar din egen entreprenörskapsidé, måste du göra marknadsundersökningar för att förstå kunderna som ska ha din produkt eller tjänster eller stödmottagarna för dina sociala tjänster. Kunderna ska vara i centrum när du utvecklar din (sociala) affärsidé och dess koncept. Du måste fullständigt förstå deras behov utvecklas med tiden. Därför är marknadsundersökningar i början nyckeln till utvecklingen av din idé, och även senare, då din produkt eller tjänst är lanserad. Marknadsundersökning kan ge viktig information om vanor, preferenser, åsikter och behov hos nuvarande och potentiella kunder.

Innan vi introducerar de vanligast metoderna av marknadsundersökning är det viktigt att markera några av fördelarna med marknadsundersökningar nämna några :

- de hjälper dig att fokusera på kunden och får dig att förstå och möta kundernas behov
- de hjälper dig prioritera och vara fokuserad på det som verkligen är viktigt för kunden
- de hjälper dig att kvantifiera möjligheter och fokusera på de mest lukrativa behoven eller de behov som har högsta möjliga potential
- De håller dig framtidsorienterad och ger förmåga att anpassa dig till förändrade kundbehov
- De minskar risken för misslyckande, förbättrar beslutsfattandet och optimerar din strategi



Några av de mest använda metoderna inom marknadsundersökning är :

- Enkäter, t.ex. frågeformulär per telefon, personligen, via e-mail eller online
- Personliga en-till-en-intervjuer per telefon, via e-mail eller video chat
- Fokusgrupper antingen personligen, via video chat eller per telefon
- Observation av konsumenter och / eller verksamhet i aktion
- Fältförsök genom att placera en ny produkt i valda butiker för att testa den.

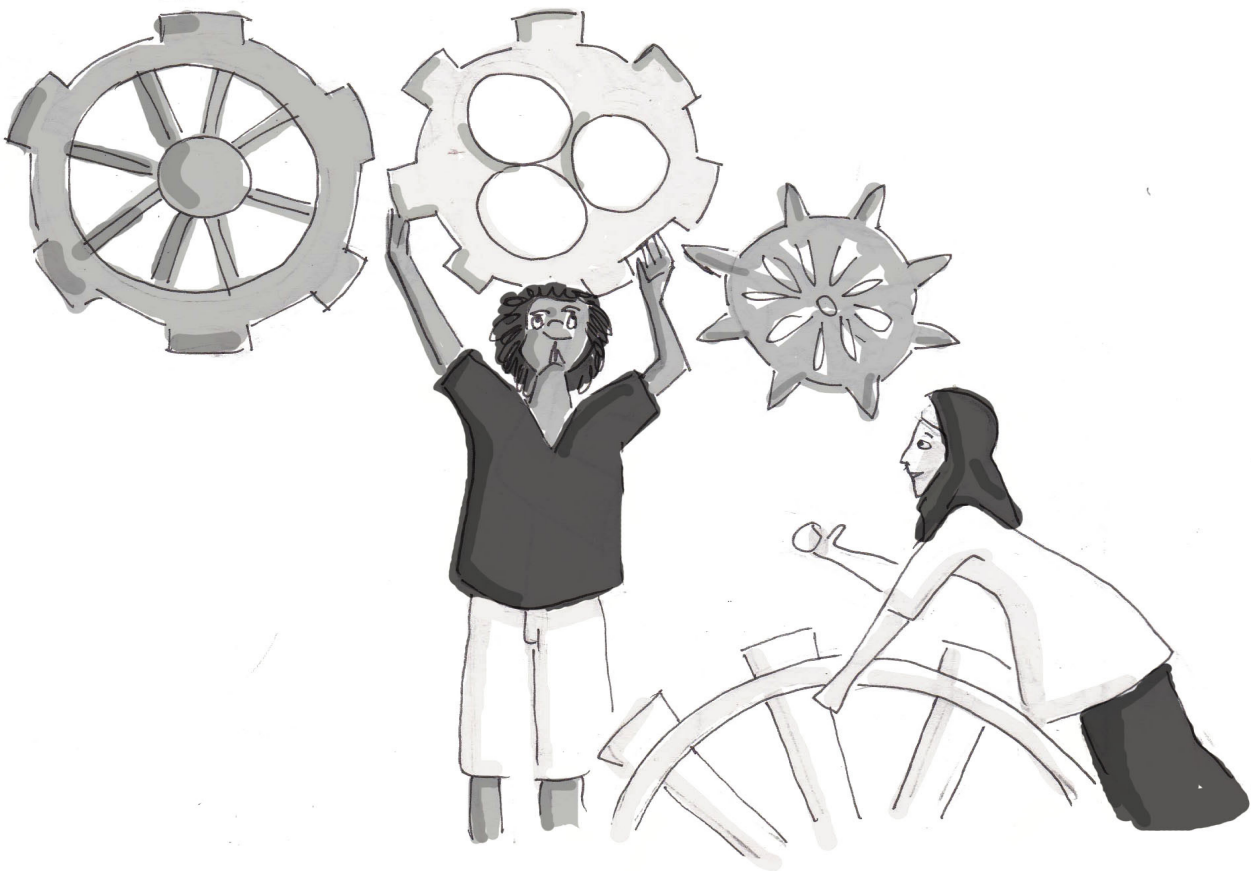
Valet av metod beror på vilka uppgifter du vill ha och hur stor budget du har.

### 3. Att identifiera behov och problem att lösa

När du analyserade gemenskapen i Modul 2, såg du på olika utmaningar och problem som existerar och kunde förbättras, men också på tillgångar eller resurser samt potentiella partner som finns och kunde användas för utvecklingen av din gemenskapsbaserade entreprenörskapsidé.

Att ställa rätta frågor i analysen av befintlig social affärsverksamhet, att utveckla din egen företagsmodell och att lära dig hur man gör en marknadsanalys ger dig rätta verktyg för en ytterligare fördjupa analys av gemenskapen. utgångspunkten för varje gemenskapsbaserad entreprenörsidé är ett speciellt och tydligt definierat problem som du vill lösa eller ett behov du vill möta. Att identifiera dessa problem och behov och fullständigt förstå dem är nyckeln till utvecklingen av en idé som ska leda till sociala förändringar.

För att fullt undersöka behoven och problemen i en gemenskap, kan du helt enkelt tala med och lyssna på lokala människor eller använda en eller fler tekniker, såsom gemenskapsdialog, kartläggning av gemenskapens tillgångar eller problemträd för att skapa förståelse för livet du vill inverka på med din idé och som representerar kommande förmånstagare och/eller kunderna för den produkt du vill utveckla. Det är även viktigt att klart definiera vilket värde den produkt eller tjänst du erbjuder har för förmånstagarna och/eller kunderna. Detta kommer att utvecklas vidare då vi undersöker hur vi kan skapa ett värdeförslag.



## 4. Gemenskapsbaserade idéer

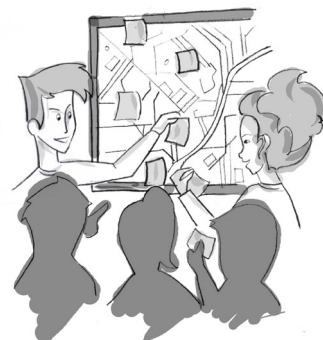
När du utvecklar din gemenskapsbaserade affärsidé och söker möjligheter i din gemenskap, är det viktigt att analysera vilka behov, utmaningar, problem, möjligheter och tillgångar det kan finnas.

Ibland kan dina förmånstagare och/eller kunder finnas utanför din gemenskap, så det är också viktigt att känna till leveranskedjor. Du behöver kanske ställa frågor, t.ex. var är kunderna? Hur når man dem? Hur kan idén hjälpa en viss grupp i samhället att tillfredsställa sina behov? Vilka produkter och tjänster finns redan nu? Vilka konkurrenter eller potentiella partner är aktiva i området där du vill arbeta?

Ett intressant sätt att granska tillgångarna i din gemenskap är "mindmapping" av gemenskapstillgångarna. I början av processen, ska du samla ihop en grupp olika människor från gemenskapen, t.ex. unga och gamla människor, arbetande och arbetslösa människor, kvinnor och män, studerande, personer med handikapp osv. det är viktigt att uppmuntra många olika representanter av gemenskapen att delta, för att samla olika perspektiv, för att kunna definiera hållbara utvecklingsstrategier.

I detta skede är avsikten att ställa frågor och kartlägga gemenskapens medlemmar för att få reda på vilka utmaningar och problem det finns i gemenskapen och problemens ursprung. När du har samlat uppgifter och bedömt dem kan du besluta vilka utmaningar du vill koncentrera dig på.

När du samlar uppgifter är det även viktigt att bedöma alla lokala tjänster medräknat små företag, affärer, gemenskapsgrupper, kyrkor, synagogorna, moskéerna, templen, privata, tredje sektorns och offentliga sektorns organisationer som har som mål att förbättra gemenskapen. I slutet av processen, kan du rita en karta med alla organisationer i gemenskapen, deras adresser och vilka tjänster de erbjuder. Sista steget är att presentera vad du har hittat för gemenskapen och utveckla en handlingsplan i samarbete de gemenskapemedlemmar som du vill erbjuda tjänster åt.



### Kreativitetsteknik



Varje (socialt) företag eller entreprenöriellt projekt börjar med en idé. i grund och botten är det oftast fråga om kreativa omprövningsprocesser och funktioner annorlunda eller nya användningsmöjligheter för saker, och vilka behov eller problem kan lösas. När du utvecklar din entreprenöriella idé är det ofta fråga om att utveckla potentialen i något som redan finns eller mångsidig användning av saker och utrymmen eller innovationer genom att kombinera existerande saker på ett nytt sätt.

Det finns många tekniker som främjar din kreativitet för att du ska kunna vidareutveckla dina idéer. Förutom mindmapping -tekniken som presenterades ovan, hittar du information om flera kreativa tekniker så som scamper, design thinking och appreciative inquiry.

## Utveckla nya synlinjer

Att utveckla nya synlinjer är en metod som är utvecklad av Dr Günter Faltin och består av att satsa mera ingående på din ursprungliga entreprenörsidé genom att utveckla nya synpunkter för vidareutveckling av ditt koncept genom olika tekniker, som t.ex. mindmapping.

Som ett exempel kan metoden användas om din företagsidé är att öppna ett café. Du börjar med att tänka på olika orsaker varför människorna går på café, t.ex. för att dricka kaffe eller äta tårta, höra skvaller, lyssna på musik, träffa människor, hitta en partner, för att arbeta på laptop, visa upp nya kläder osv. Så det finns många orsaker för människor att gå på café och därför borde det du erbjuder dina potentiella kunder vara mångsidigt. den här övningen kan hjälpa dig hitta nya koncept och den grundläggande idén om att starta ett café kan ändras till en helt annan idé, t.ex. en catering service, en dating agentur eller en samarbetsplats.



## Från idé till möjlighet

Koncepterna "idé" och "möjlighet" blandas ofta ihop även av experter, men det är viktigt att märka skillnaden mellan dem.

En idé är det första steget i processen att starta en (social) verksamhet. Varje framgångsrikt företa har en gång i ett skede startat med en idé. Det är ren tanke eller ett koncept som kan användas för att förändra någonting i den ens omgivning, och även ett sätt att tjäna pengar. En affärsidé fokuserar ofta på en produkt eller service som kan erbjudas och som potentiella kunder skulle uppskatta. Idén kan starta genom en potentiell lösning på ett socialt problem som kan ge förmånsmottagarna social förändring.

Även om affärsidén är en potentiell idé att göra pengar på, har den inget kommersiellt värde som sådan innan den får första strömmen av kunder. Det är viktigt att reda ut om idén kan bli förvandlad till en affärsmöjlighet. Det är viktigt att bedöma om en idé kan omvandlas till en affärsmöjlighet .

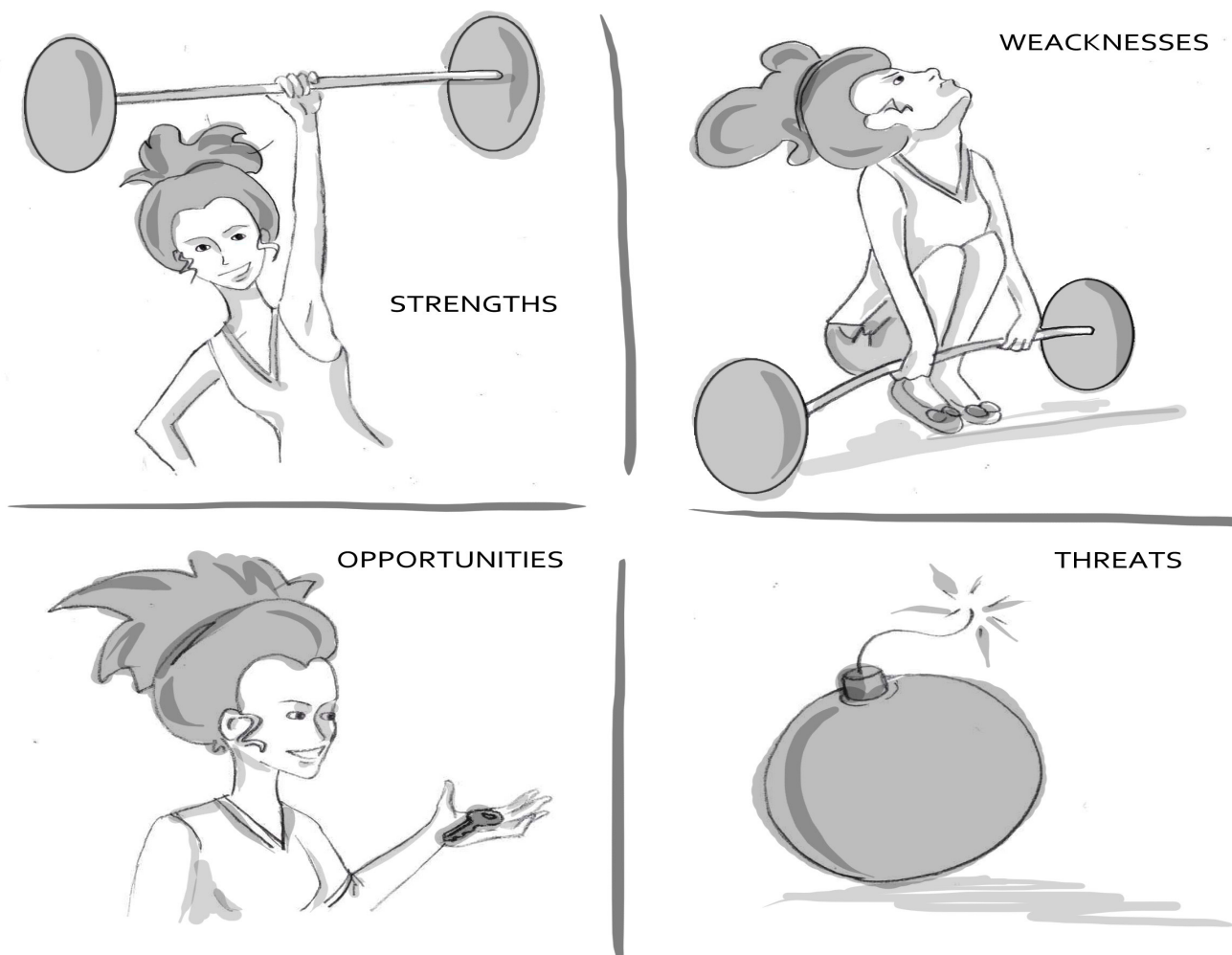
En affärsmöjlighet är ett beprövat koncept som ger upphov till löpande inkomst. Efter att affärsidén har undersökts, raffinerad och förpackad till en lovande affärsverksamhet som är färdig att starta, ändras den till en affärsmöjlighet då kunderna börjar betala för produkten eller tjänsten som erbjuds dem, som ett tecken att de uppskattar den. Vid denna tidpunkt är affärsverksamheten verklig. För att kunna bedöma en social eller gemenskapsbaserad affärsverksamhet är det viktigt att först ta reda på om det finns ett socialt behov och om denna möjlighet redan erbjuds av andra aktörer. Det är också viktigt att analysera om det finns en möjlighet i omgivningen som skapar dynamik, t.ex. en teknologisk innovation, förändringar i omgivningen eller ändringar i lagstiftningen som kan inverka positivt på din sociala affärsidé. Följande steg är att identifiera målgruppen (förmånstagare och/eller kunder) som är villiga att använda (eller köpa) din produkt eller service. För en hållbar social affärsverksamhet är det viktigt att ha en inkomstkälla för att kunna finansiera satsningen.



## SWOT analys

Ett intressant verktyg för analysering av relationen mellan din gemenskapsbaserade verksamhetsidé och nyckelkomponenterna på marknaden är en SWOT analys. Med hjälp av denna analys, definierar du vilka din affärsidé styrkor (S), Svagheter (W), Möjligheter på marknaden (O) och utmaningar (T) är. Styrkor och Svagheter grundar sig på interna faktorer och Möjligheter och Utmaningar på externa faktorer.

Du hittar mera information om SWOT analysen på MindTools webbsidan.



## SMARTA mål

När du definierar dina mål för i bruk tagning och utveckling av din idé, är det viktigt att ha SMARTA mål. SMART betyder här:

- Specifik: målen ska vara så konkreta som möjligt
- Mätbar: bedömning av om och till hur stor del målen har uppnåtts
- Uppnåelig: du borde kunna uppnå målen
- Realistisk: du borde verkligen kunna tro att du kan uppnå målen.
- Tidsmässigt lämplig: ett mål borde skapas inom en relativt kort tidsram (några månader eller högst ett år)

Det här är ett intressant sätt att definiera indikatorer för social förändring och hur mycket tid det kommer att ta för din idé att få till stånd en förändring i gemenskapen och på vilket sätt.

Klicka här för mera information och anvisningar om hur man ska formulera SMARTA mål.

# 5. Prototyper

Beroende på din entreprenöriella idé, kan det vara mycket bra att göra en prototyp av din produkt eller tjänst så att du kan testa idén, lära dig av processen och övertyga människor om idéns styrkor och fördelar och varför de borde använda eller köpa din produkt eller tjänst.

Att göra prototyper är en metod att vidare utveckla, testa och förbättra din entreprenöriella idé i ett tidigt skede innan du tar i bruk den med storskaliga resurser. Genom att göra prototyper gör du din idé konkret genom att experimentera, lära dig, bedöma, anpassa och finlipa den för att undersöka idén på djupet innan du drar några slutsatser. Det är viktigt att inkludera relevanta människor från första början, som kommer att utveckla idén vidare med dig och försöka hitta svar på frågor och utvärdera lösningar på problem som du vill ha lösta.

Att göra prototyper är ett steg innan man genomför ett pilotprojekt. Det kan hjälpa att bedöma om din idé eller dina preliminära tankar kommer att fungera eller inte, och även spara tid och pengar innan du startar pilotprojektet. Det kan även hjälpa dig att skapa bättre specifikationer och funktionaliteter för vad en pilot kan vara i ett framtida skede och ta dig närmare en minimal gångbar produkt (MVP).

Några fördelar med att skapa prototyper :

- Du kan testa saker utan trycket att få allt rätt direkt
- Du kan testa och finlipa funktionerna i din idé, produkt eller tjänst
- Du kan testa prestanda för olika material
- Du kan involvera många intressenter i denna testningsfas och ge bättre förståelse om hur din idé fungerar
- Det gör det möjligt för dig att beskriva din produkt eller tjänst mera effektivt
- Det ger dig mer trovärdighet och andra tar dig på allvar då du har ett konkret objekt som illustrerar din produkts eller tjänsts styrkor.
- Det är en billig process jämfört med att genomföra pilotprojekt och det kan bli gjort inom en kort eller mellanlång tidsram.
- Du kan lära dig mycket av din egen idé och anpassa eller förändra den för att utveckla den vidare.

Bli inspirerad av att se hur man gör en kartongprototyp: "Tosty" den interaktiva brödrosten



# Ytterligare resurser och lärande

## Market research

- Why market research matters (and five tips for using it) by Brian Fletcher
- Market research techniques

## Idea development

- Preparing a productive brainstorming session
- Creative writing exercises
- Creativity techniques explained
- Creativity tools
- Scamper creativity technique
- Design thinking tutorial
- Appreciative inquiry technique
- Mind map how to create one
- Bubbl a programme to create mind maps
- Mindmeister a programme to create mind maps
- Benefits of mind mapping
- Developing new sight lines

## From idea to opportunity

- Difference between an idea and an opportunity
- Top business ideas by Ajaero Tony Martins
- Conducting a community needs assessment
- Defining your niche market in seven steps

## SWOT analysis

- SWOT analysis

## Prototyping

- Creating a product prototype learn what steps are needed to prototype your invention
- Prototype Commons a German project
- Sylvia's super awesome maker show
- Project H a talk by Emily Pillton
- FabLearn Fellows a research project at Stanford University



# Module

# 4.

Profit in business comes from repeat customers; customers that boast about your product and service, and that bring friends with them.

- W. Edwards Deming

Marknaden: Från  
idé till  
affärsverksamhet



*“Every great dream begins with a dreamer. Always remember, you have within you the strength, the patience, and the passion to reach for the stars to change the world.”*

— Harriet Tubman

## Kort beskrivning

I Modul 3 har du lärt dig vidare analysera dina existerande (sociala) verksamhetsidéer i din gemenskap genom att fråga de rätta frågorna. Du har också lärt dig ta upp gemenskapsbaserade idéer på ett kreativt sätt genom att kombinera dina passioner och intressen med gemenskapens behov och utmaningar som kräver lösningar.

I Modul 4 får du lära dig hur du ska utveckla en verksamhetsmodell och se din idé i relation till nyckelkomponenterna på marknaden. Du får lära dig skapa ett värdeförslag på kanvasverktyget för affärsverksamhetsplaner (BMC) för din gemenskapsbaserade entreprenörsidé, hur du kan utveckla en affärsverksamhetsmodell omkring din idé och fokusera på vilket värde du kan ge dina potentiella kunder genom din produkt eller tjänst.

LEAN -startmodellen kommer också att introduceras och du får lära dig att söka nödvändiga resurser för dina entreprenörsidéer, sådana som startup-finansiering, investerare eller partner. Att uppgöra en kommunikations- och marknadsföringsstrategi och utveckla effektiva marknadsförings- och försäljningsverktyg, samt att skapa ett partnersnätverk i gemenskapen, även en del av Modul 4. Ytterligare kommer vi att behandla vikten av ekonomin och hur du ska uppgöra och hantera budgeten för din gemenskapsbaserade entreprenörsidé.

## Inlärningsmål

- Introduction av Business Model Canvas (BMC)
- Förstå hur du ska leverera produkter, tjänster eller upplevelser för att skapa värde i kundernas ögon
- Lära dig om LEAN startup metoden och dess feedback-cykel
- Kunna skapa marknadsförings- och kommunikationsstrategier
- Förstå och demonstrera effektiv PR-taktik och försäljningsteknik
- Lära sig om ekonomins vikt och hur man ska göra en budget
- Veta hur man kan skaffa behövliga resurser för att förverkliga entreprenörsidén/projektet
- Förstå hur man bildar partnerskap och utvecklar sitt nätverk.

# 1. Värdeförslag och en (social) affärsverksamhetsmodell

## (Socialt) värdeförslag

Ett (socialt) värdeförslag är ett löfte om ett värde som levereras till kunderna och/eller förmånmottagarna (och dras gemenskap) av den sociala satsningen. Det är den viktigaste orsaken för en kund att köpa av dig. Det är ett tydligt uttalande som beskriver hur din produkt eller tjänst löser kundernas eller förmånmottagarnas problem eller förbättrar deras situation, genom att leverera specifika förmåner och förklara varför kunderna borde köpa av dig i stället för konkurrenterna. I fråga om socialt entreprenörskap är det viktigt att målgruppen helt förstår det sociala värdet som skapas för dem.



Läs med om värdeförslag (value proposition) i socialt entreprenörskap

## Affärsverksamhetsmodellen kanvas

I Modul 3 tittade vi på hur man ställer rätt frågor för att analysera (social) affärsverksamhet i din gemenskap och för att identifiera deras företagsmodell. Dessa är nyckelfrågorna som hjälper dig att bygga upp din egen affärsverksamhetsmodell med hjälp av kanvas-affärsverksamhetsmodellen.

Kanvas-affärsverksamhetsmodellen är ett strategiskt verktyg för ledarskap och entreprenörskap. Den tillåter dig att beskriva, planera, utmana, uppfinna och ändra på (förändra) din verksamhetsmodell.

Du kan arbeta på din verksamhetsmodell genom att uppgöra en kanvas (det finns också en app tillgänglig) och Post-it® anteckningar som definierar de nio nyckelkomponenterna eller byggstenarna i din affärsmodell, sådana som:

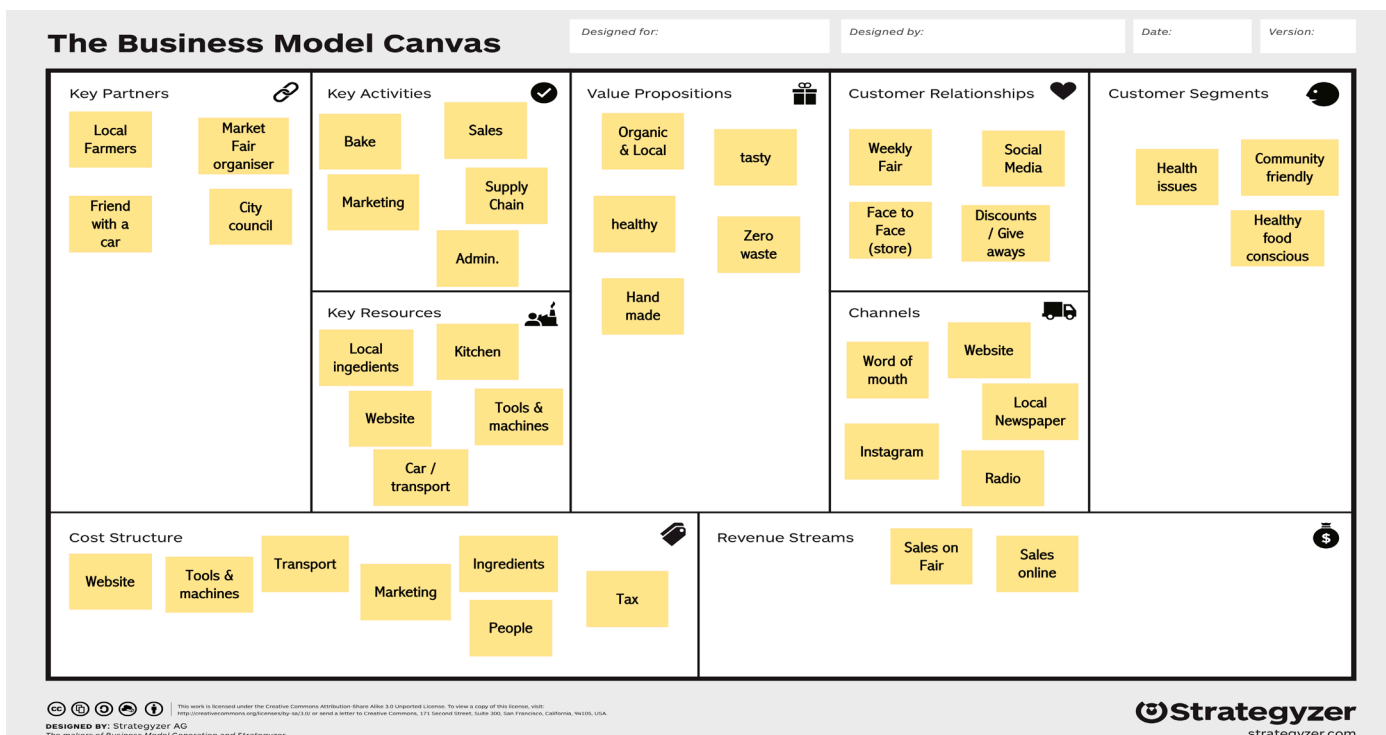
- 1) Värdeförslag
- 2) Kundrelationer
- 3) Kundsegment
- 4) Kanaler
- 5) Nyckelaktiviteter
- 6) Nyckelresurser
- 7) Nyckelpartner
- 8) Kostnadsstruktur
- 9) Inkomstströmmar



Denna metod gör det möjligt för dig att hela tiden anpassa och förbättra din verksamhetsmodell.

Lär dig mera om business model canvas på webbsidan Business Model Generation, som innehåller en två minuters video som presenterar tillvägagångssättet. Det finns även många handledningar på YouTube, såsom den här.

Här finns ett enkelt exempel på en färdigt ifylld kanvas affärsmodell som baserar sig på idén om ett hälsokonditori och som också finns i Welcomeship handboken.



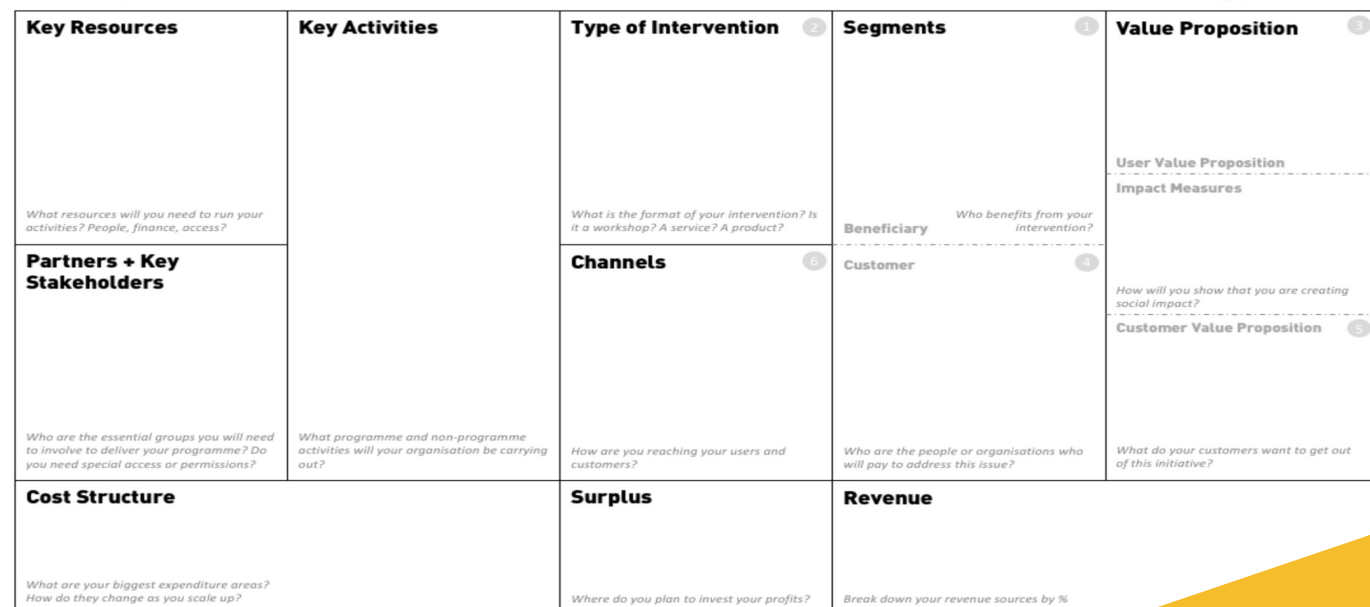
## Den sociala affärsmodellens kanvas

I fråga om gemenskapsbaserade entreprenörsidéer är de sociala verkningarna som du skapar med hjälp av din produkt eller tjänst mycket viktiga och därför finns det några tilläggskomponenter som tilläggs till kanvas-affärsmodellen, så som :

- Förmånsmottagare och värdeförslag för kunden
- Mottagar- och kundsegment
- Typ av ingripande
- Effektiva åtgärder
- Överskott

## Social Business Model Canvas

TANDEMIC



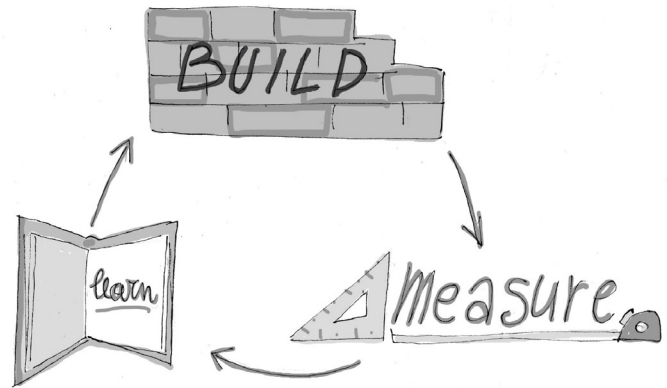
## 2. Lean startup och minsta gångbara produkt

### Lean startup metoden

Lean startup-metoden utvecklades och publicerades i en bok av Eric Ries.

Lean-affärsmodellen har uppfunnits för att minska avfallet i affärsprocessen.

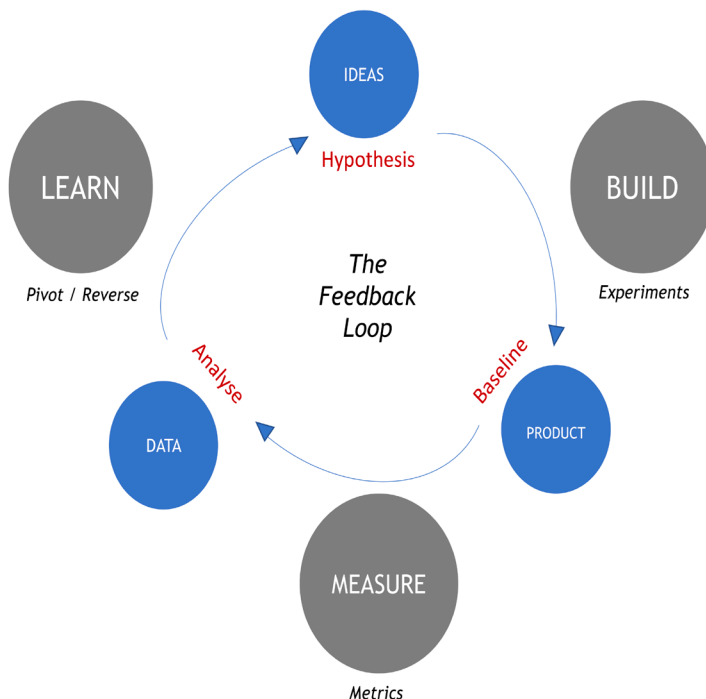
Genom att minska avfallet är det här de troliga resultaten för organisationer som tillämpar denna modell noggrant: minskat behov av kontanter, färre fel, produkter av högre kvalitet och snabbare leverans till kunderna.



Många startup-företag slösar mycket tid, resurser och krafter på utveckling och produktion av tjänster eller produkter bara för att efter många månader eller till och med år märka att kunden inte vill ha dem eller köpa dem.

Lean startup-metoden strävar till att förkorta produktutvecklingscyklar genom att kombinera hypotesdriven experimentering, interaktiv produktlansering och validerad inläring genom kundernas feedback.

Metoden återspeglas väl i diagrammet nedan:



En kärnkomponent i Lean startup -metoden är feedbackslungan bygga-mäta-lära (build-measure-learn).

Första steget är att ta reda på problemet som ska lösas och sedan genom att utveckla minsta gångbara produkt (MVP) starta inlärningsprocessen så fort som möjligt.

Ett annat kärnkoncept är att svänga om, vilket är en strukturerad korrigerande kursplanerad att testa en ny fundamental hypotes av produkten, tjänsten eller affärsverksamhetsmodellen. Den förstås bättre som en ny strategisk hypotes som kräver en ny MVP (minsta gångbara produkt) att testa .

Se denna video om lean startup av Eric Ries, som förklarar metoden på ett mycket visuellt och enkelt sätt.

### The minimum viable product (MVP)

Genom den minsta gångbara produktens (MVP) utvecklingsteknik , skapas en ny produkt med tillräckliga funktioner för att tillfredsställa de tidiga användarna. Den slutgiltiga kompletta funktionshelheten planeras och utvecklas efter feedback från de första användarna av produkten.

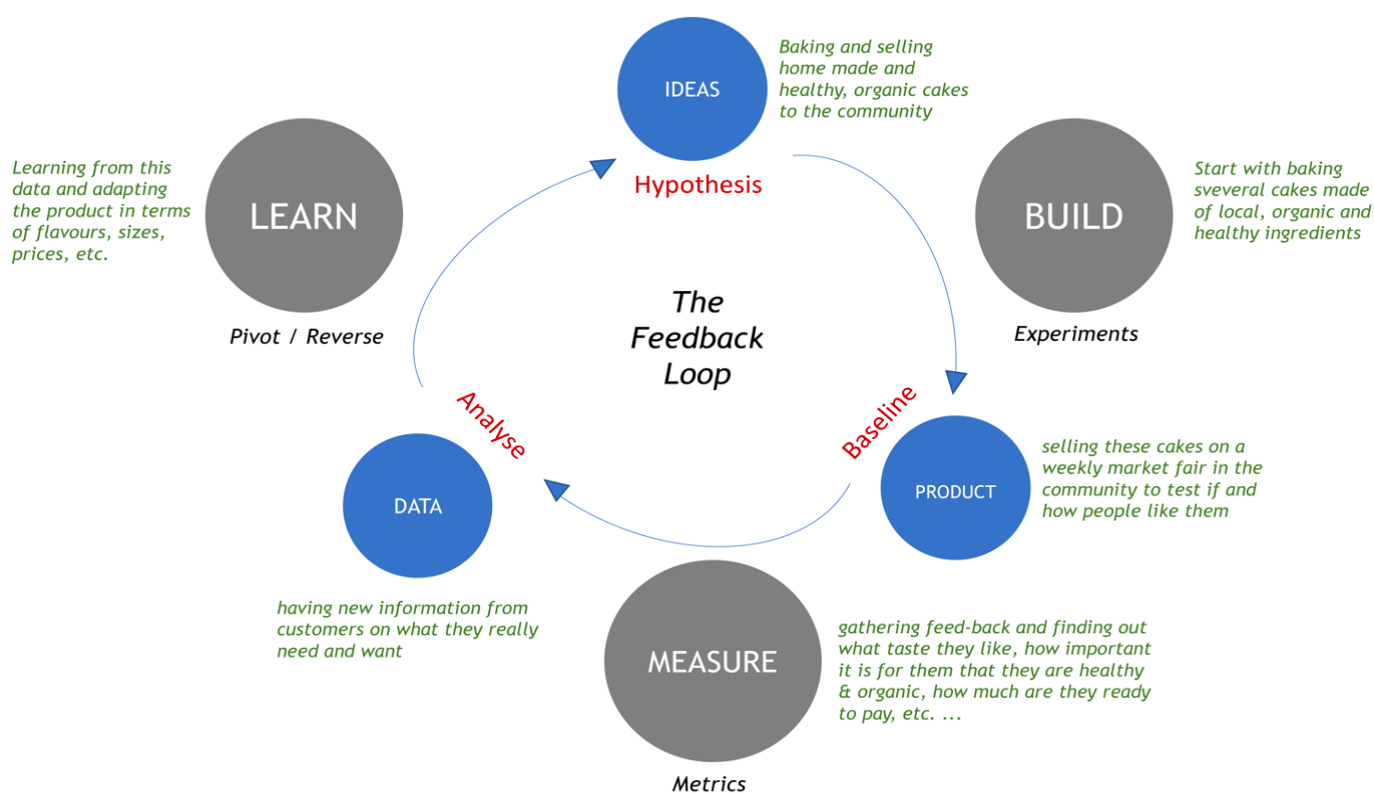
Det är en inläringsteknik som lär dig att testa en idé genom att utsätta målgruppen och kunderna för en tidig version av din produkt, för att samla relevanta uppgifter och lära dig av det.

Eric Ries definierade MVP som en version av en ny produkt som tillåter ett team samla maximalt med kunskap om kunderna med minsta möjliga ansträngning. Ett MVP är inte en prototyp utan främst en produkt som har tillräckligt med egenskaper för att locka tidiga användare. En prototyp är mera som ett utkast men en MVP är som en skild produkt i sig – en minimalversion av den slutliga produkten som levereras direkt ut på marknaden.

## Hur kan man tillämpa detta på en gemenskapsbaserad entreprenöriell idé

Du kan lätt tillämpa detta på en gemenskapsbaserad entreprenöriell idé och producera minsta gångbara produkter regelbundet för att få feedback från tidiga användare. Att svänga och vidare utveckla samt tillämpa din produkt eller tjänst på basis av den feedback du får varje gång du testat en MVP på marknaden är en viktig aspekt i denna metod, som sparar tid, ansträngning och resurser i det långa loppet.

Det tidigare exemplet på ett konditori i en gemenskap kan illustrera detta.



Varje fas repeteras och varje gång anpassas dina produkter till ny kunskap som du tillägnat dig från tidiga användare.

Genom denna upprepade testning hittar du dina kunders exakta behov och vilja, t.ex. vad de tycker om, hur mycket de är villiga att betala, om de hellre köper online eller i affären och om det finns behov för specialisering (bröllop, dop osv.).

Att basera din idéutveckling på LEAN-metoden försäkrar att du är nära kundernas behov och undviker att utveckla eller starta din verksamhet på fel sätt.

Till exempel i stället för att bli förtjust i idén att ha ett konditori och koncentrera dig på den och investera mycket i en butik; märker du kanske i LEAN processen att människorna hellre beställer online vilket skulle även vara ett mycket förmånligare sätt att sälja kombinerat med marknadsförsäljning en gång i veckan, i stället för att ha en butik med höga kostnader.

# 3. Marknadsföring och kommunikation

## Marknadsföringsstrategi

En bra marknadsföringsstrategi tillåter dig definiera din vision, mission och dina verksamhetsmålsättningar och beskriver de olika stegen du ska ta för att nå dessa mål. En marknadsföringsstrategi definierar din (sociala) affärsverksamhet, dess produkter eller tjänster, förklarar din produkts eller tjänsts läge på marknaden, profilerar dina kunder och konkurrensen, samt identifierar marknadsföringssättet som du vill använda. När du skriver och utvecklar en marknadsföringsstrategi, är det viktigt att den innehåller vissa komponenter

- Den börjar med att identifiera dina mål i affärsverksamheten. Dessa mål ska vara SMARTa (Specific, Measurable, Attainable, Realistic and Timely)
- Det är också viktigt i en marknadsföringsstrategi att profilera dina potentiella kunder och/eller förmanstigare, att identifiera deras behov på basis av marknadsundersökning
- Konkurrenterna – organisationer som riktar sig till samma behov som dina produkter eller tjänster borde också profileras, vid sidan av dina fördelar i konkurrensen samt dina styrkor och svagheter i relation till dem
- En analys av 4P (produkt, pris, plats och promotion) borde även vara en del av marknadsföringsstrategin
- Det är också viktigt att identifiera olika målgrupper på marknaden och utveckla skräddarsydda strategier för att nå dessa grupper via dina kommunikationskanaler. Du måste avgöra vilket budskap du vill förmedla, hitta den rätta målgruppen för ditt budskap och välja rätt tid och kanaler för att dem
- När du bestämmer dig för din marknadsföringsstrategi, kan det vara nyttigt att testa din produkt eller tjänst på familjen, vänner, personalen, eller medlemmarna i den gemenskap för att få en uppfattning om vad som fungerar och vad som inte fungerar.

Det finns många exempel på misslyckad marknadsföring, vilket kan hjälpa dig att få en bättre förståelse för marknadsföring i entreprenörskap.

Klicka här för att se top ten misslyckanden i marknadsföring och tio episka misslyckanden i marknadsföringen år 2012.

## Kommunikationsstrategi

“En idé som ingen känner till finns inte”. För att du och din organisation ska kunna kommunicera effektivt och uppfylla dina grundläggande mål, ska du uppgöra en kommunikationsstrategi. Det är en plan som överför din marknadsföringsstrategi till en definierad publik och marknadsför ditt entreprenörsprojekt/idé till både interna och externa intressenter. I din kommunikationsstrategi ska du bestämma dig om vilka verktyg du ska använda beroende på hur stor budget du vill använda.



Det finns fem steg som ska definieras i en kommunikationsstrategi:

- 1) sätta kommunikationsmål och målsättningar
- 2) utveckla ditt nyckelbudskap som effektivt talar till målgrupperna
- 3) identifiera effektiva kommunikationskanaler, tekniker och verktyg
- 4) kartlägg tillgängliga kommunikationsresurser
- 5) ange och övervaka tidslinjer, milstolpar och indikatorer i en handlingsplan



## Exempel

Tänk på idén att introducera nattbuss-tjänst för ungdomar på landet:

Ange kommunikationsmålen och målsättningarna

- a) Informera ungdomarna och föräldrarna så att de blir medvetna om den nya nattbusstjänsten
- b) Ta reda på ungdomarnas intresse att använda servicen och föräldrarnas intresse att uppmuntra dem att använda servicen
- c) Påverka lokala och regionala beslutsfattare så att nattbusstjänsten stöds och främjas av de lokala myndigheterna i hela regionen

Utveckla nyckelmeddelanden som effektivt talar till målgrupper

Den viktigaste målgruppen är ungdomarna dvs. ett meddelande eller en slogan, såsom, "Drick inte om du kör! Ta bussen på natten." behöver utvecklas och anpassas för de olika kommunikationskanalerna. Eftersom du vill nå även föräldrarna och lokala myndigheter måste meddelandet också anpassas till dessa målgrupper.

Identifiera effektiva kommunikationskanaler, tekniker och verktyg

Du kan välja mellan lokalradion och lokala tidningar, affischer på nyckelplatser i landsbygden och PR-evenemang, t.ex. att nattbusstjänsten är helt gratis under första veckoslutet då tjänsten startar och affischer delas ut för att marknadsföra tjänsten. Det finns även många andra sätt – det gäller att vara kreativ.

Kartlägg tillgängliga kommunikationsresurser

Genom att undersöka vilka kommunikationsresurser som är tillgängliga, kan du t.ex. få reda på att du genom kommunen har möjlighet att få gratis marknadsföring i den lokala tidningen, att DJ:n i lokalradion är din vän och kan stöda tjänsten genom att inbjuda dig till sitt program, i ditt team har du en grafisk designer som kan sköta hela produktionen av affischer, flyers, osv., genom byteshandel. Du ska kartlägga alla tillgängliga resurser som du redan har och som du ännu behöver.

Ange och övervaka tidslinjer, milstolpar och indikatorer i handlingsplanen

Du ska uppgöra en noggrann kommunikationsplan som innehåller kostnaderna och costs och förväntade resultat, t.ex. inom de två följande månaderna kommer du att ha en intensiv kampanj i medierna, t.ex. press, radio, busshållplatser, osv. och inom sex månader därefter, har du en tidningsannons per månad. Du förväntar dig att användningen av tjänsten ökar drastiskt under de två följande månaderna beroende på den intensive kampanjen, från tjugo till femtio användare per veckoslut och sedan stabiliseras den under de följande sex månaderna.

## Reklam och försäljningsteknik

För att nå din målgrupp på marknaden, finns det många marknadsföringstekniker som du kan använda och en kombination av dem bildar din egen marknadsföring.

Den Teknik du använder kan vara direkt (personlig kommunikation, försäljning eller direktmarknadsföring) eller indirekt (genom masskommunikation såsom - pressen, TV, radio eller internet med hjälp av reklam, PR eller marknadsföring).

Här är några av de vanligaste teknikerna :

### Reklam

Reklam används för att hantera ett stort antal konsumenter och/eller mottagare genom att använda massmedia för att marknadsföra din produkt eller tjänst.

### PR

Detta används för att skapa ett klimat av förtroende och en positiv bild av din produkt eller tjänst till dina kunder och/eller mottagare och intressenter. Du kan använda personliga kanaler och media.



### Försäljningsfrämjande

Syftet är att få kunderna att vidta omedelbara åtgärder genom att köpa din produkt eller tjänst. Du kan erbjuda en fördel, till exempel rabatt, en gratis gåva eller en större mängd, etc. ofta inom en begränsad tid.

### Marknadsföring på försäljningsstället

Detta är ett sätt att marknadsföra dina produkter eller tjänster till personer som besöker ditt försäljningsställe, t.ex. i form av banderoller, affischer, skärmhyllor, video- och ljudmeddelanden, marknadsföringspresenter, osv.

### Direkt marknadsföring

Det här består i att använda distanskommunikation, till exempel e-postmeddelanden, brev eller kataloger som riktas till kunderna individuellt, med möjlighet att beställa din produkt eller tjänst.

### Personlig försäljning

Det här är när en försäljare besöker hus eller försöker rikta sig till personer på offentliga platser.

### Reklamgåva

Reklamgåva är enklare produkter såsom pennor, tändare, kalendrar osv. märkta med givarens logotyp eller reklamtext om produkten eller servicen.

### Internet marknadsföring

Det här är användningen av banners, popup-annonser, länkar till din webbplats, nyhetsbrev, pressmeddelanden etc. på webbplatser för att marknadsföra din produkt eller tjänst.

### Social media

Plattformer på social media såsom Facebook, Twitter och Instagram kan hjälpa till att bilda en online gemenskap för att dela nyheter, uppdateringar och berättelser om ditt företag, dess produkter eller tjänster med aktuella och potentiella kunder.

Klicka här för mer information om de elva viktigaste marknadsföringssätten.

## 4. Financiering



### Finansiell läskunnighet

Finansiell läskunnighet är förmågan att förstå hur pengar fungerar i världen, t.ex. hur någon tjänar eller gör pengar, hur de hanterad dem, hur de investerar och hur en person donerar pengar för att hjälpa andra.

När du startar din egen (sociala) affärsverksamhet, är det viktigt att förstå hur pengar fungerar. Att vara entreprenör skulle kunna vara biljetten till individuell självständighet och ekonomiskt oberoende, som du alltid drömt om, men det skulle också kunna helt förstöra din personliga ekonomi om det inte fungerar. Därför är det bra att ha en plan för att säkerställa att din personliga egendom kommer att skyddas oberoende av hur det går med din affärsverksamhet i framtiden .

Det är viktigt att inte sätta alla ägg i samma korg. Du ska alltså inte investera alla dina pengar i din affärsverksamhet med tanke på om nånting går fel och du misslyckas i din verksamhet. Detta kan få förfärliga konsekvenser. Utöver den gyllene regeln att hålla företagets och egna kostnader skilt (du ska ha skilda bokföringssystem), när du startar din affärsverksamhet, rekommenderas även att du ser till att ha pengar för eventuella akuta kostnader, i synnerhet i början av verksamheten för det kan ta många månader innan du har stabila inkomster. Du ska också ha försäkringar. En bra idé är att tala med en finansiell rådgivare för att definiera vilken försäkringspolicy skulle vara användbar för att mildra vissa risker. Till slut, glöm inte dina skatteskulder eftersom reglerna kan vara strikta och komplicerade. Konsultera gärna en skatteexpert för att säkerställa att du ställer upp din företagsstruktur korrekt och maximerar dina avdrag.

### Budget

En central sak för utvecklingen av din entreprenöriell idé är att ha en budget som visar dig vilka olika kostnader du har in din (sociala) affärsverksamhet, samt vilka inkomster du behöver för att täcka kostnaderna och även göra vinst.

Detta dokument representerar din prognos och är avgörande för dina viktiga beslut som gäller kostnadsstrukturen och intäkter och inkomster som du ska sträva efter. En budget kan göras som ett enkelt kalkylblad och det finns många mallar tillgängliga gratis på internet.

Att börja med är det enklast att använda ett enkelt Excel kalkylblad och börja sätta dit de olika kostnaderna du förutser för att bli bekant med din ekonomi.

## Kassaflöde

Kassaflödet representerar organisationens verksamhet, t.ex. dess inkommande och utgående pengar. Det är nettosumman pengar som en organisation får och betalar ut under en viss period. Det är avgörande att hålla sig på en positiv nivå gällande kassaflödet för att inte hamna i allvarliga ekonomiska problem.

Du behöver tillräckligt med pengar för att betala dina utgifter, så det är mycket viktigt att göra prognoser och övervaka ditt kassaflöde för att se hur mycket pengar din (sociala) affärsverksamhet kan förväntas få in och betala ut under de följande veckorna, månaderna och åren.

Många startup-företag och nya sociala affärsverksamheter misslyckas för att de får problem inom kassaflödet, så kom ihåg att planera ditt kassaflöde noggrant på förhand.

Et exempel på en situation där du kan hamna i svårigheter är när du å ena sidan har stabila kostnader (fasta kostnader såsom hyra, förnödenheter, osv. som är nästan samma varje månad) och å andra sidan har du din försäljning med inkomster, som är instabila eller säsongbetonade, t.ex. en glasskiosk som säljer mycket under sommaren men mindre under vintern. I sådana fall måste du se till att sätta undan tillräckligt med inkomster från perioden med mycket försäljning för att klara dig över den lugnare perioden då de fasta kostnaderna, som hyran och förnödenheter ändå måste betalas.

## 5. Att hitta resurser

Varje affärsmodell kräver nyckelresurser för att kunna erbjuda värdeförslag, nå marknader, hålla kontakt med kunderna, tjäna intäkter och skapa en övergripande effekt. Nyckelresurserna som du behöver för din verksamhet kan vara fysiska t.ex. byggande, fordon, maskiner osv., intellektuella, t.ex. varumärken, patenter, partnerskap, kunddatabaser osv., mänskliga, t.ex. personal, frivilliga, familjemedlemmar osv. och/eller finansiella, t.ex. kontanter, krediter osv. Det är viktigt att analysera vilka resurser du behöver för din (sociala) affärsverksamhet, att kartlägga resurserna som redan är tillgängliga för dig och vilka du ännu måste skaffa. Kartläggning av partners och resurser som du kan få gratis kan även vara en bra övning. Det hjälper dig att definiera strategier och verksamhetsplaner för att få ihop de resurser som fattas. För startupfinansiering finns det verktyg, som t.ex. Crowdfunding eller andra online finansieringsnättsidor, samt vardagliga källor för startkapital som familj, vänner och fans. Några vanligaste sätt att finansiera din verksamhet är :

### Bootstrapping

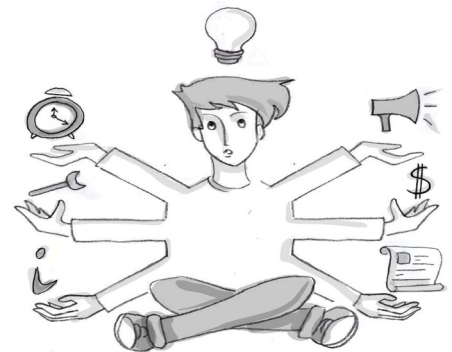
Bootstrapping är att använda dina egna pengar, besparingar och/eller kreditkort för att starta affärsverksamheten.

### Vänner och familjen

De kan investera i din verksamhet utan garanti om att få sina pengar tillbaka. De investerar ofta hellre i dig som person än i ditt företag.

### Crowdfunding

Det här är ett viktigt verktyg för att få startupfinansiering för ditt företag och att nå ut för en pool av små investerare med färre restriktioner. Det finns många tillgängliga crowdfunding plattformar, varav några finns nedan: Kickstarter.com, StartSomeGood.com, Indiegogo.com, RocketHub.com, Pozible.com, Causes.com, Razoo.com and Crowdrise.com



### Angel Investors

När din (sociala) affärsverksamhet är i det skedet att den redan närmar sig stabila inkomster, kan du vända dig till Angel investors, vilka är personer eller grupper av personer, som kan investera kapital i din startup-verksamhet och vill vanligtvis i gengäld ha ägande eller eget kapital i ditt företag. De kan investera mycket men är också mycket krävande och har höga förväntningar på solida resultat.

### Banklån/Riskkapital

I ett senare skede när din (sociala)affärsverksamhet fungerar och har fasta inkomster, behöver du kanske ett lån från en bank för att kunna investera i att utvidga din (sociala)verksamhet. En bra idé kan vara att engagera sig med en bank eller en finansinstitution direkt i början av din startup-verksamhet för att få ett konto, ett kreditkort, osv. (inte för ett lån). Med tiden blir banken bekant med dig och din verksamhet och det blir lättare att be om ytterligare bankprodukter såsom lån, vid ett senare skede.

Bli inspirerad och se denna korta video om Indiegogo's CEO som erbjuder tre three pro tips för en lyckad crowdfunding kampanj

Hitta mera användbar information om hur du kan hitta (sociala)resurser för din verksamhet:

- Fyra crowdfunding misstag som sociala entreprenörer ska undvika
- Femtiofem viktiga produktivitets verktyg och resurser för startups och entreprenörer
- Sextio viktiga verktyg och resurser för entreprenörer och startups

## 6. Att bilda nätverk och partnerskap

Ett lyckat ibruktagande av en gemenskapsbaserad entreprenöriell idé kräver att man lägger vikt vid att bygga ett nätverk, hitta allierade, kunder, vänner, stöd och partners.

När du utvecklar och tar i bruk en gemenskapsbaserad entreprenöriell idé, kan ditt nätverk byggas upp och växa under processens tre faser:

1) Undersökningsfasen: När du genomför en gemenskapsanalys ska du ta reda på utmaningar och problem i gemenskapen men också på resurser och människor, organisationer och (social) affärsverksamhet som redan finns i gemenskapen. Det är första tillfället att komma kontakt med dem.

2) Idéutveckling: När du har en gemenskapsbaserad entreprenöriell idé och utvecklar den, borde din idé innehålla en lösning på ett problem, en utmaning eller ett behov i gemenskapen och borde därför vara nära människorna. Detta speciellt eftersom du kommer att testa din produkt eller tjänst bland människor inom din marknad, be om feedback och basera din förbättring av produkten på den. När du vidareutvecklar din affärsmodell, ska du även bestämma, undersöka och vara i nära kontakt med dina kunder, ditt stöd och dina partner.

3) Att lansera och sätta i rätt skala: När du tar i bruk din idé och lanserar din (sociala) affärsverksamhet, kommer du att fortsätta arbeta i nära samarbete med leverantörer, partners och kunder. Du sätter din verksamhet i skala genom gå in på nya marknader eller utvidga ditt inflytande genom att hjälpa andra att kopiera din modell och tillämpa den i sin gemenskap, du kommer naturligtvis att vidareutveckla och förstärka ditt nätverk.

- Genom att undersöka ett visst område och beakta redan existerande resurser som, om de används på rätt sätt, kan göra skillnad i samhället utan extra kostnad. Det kan hända att organisationer som redan arbetar i denna bransch söker partners.

# Ytterligare resurser & Lärande

## Value proposition and (social) business model

- Value proposition examples and how to create a good one
- Value proposition in social entrepreneurship
- Business model generation
- Business model canvas video
- Business model canvas
- Social business model canvas

## Lean startup and MVP

- How to run a lean startup top ten tips

## Marketing and Communications

- Top ten marketing failures
- Learning from failure and what entrepreneurs get wrong
- Ten epic marketing fails of 2012
- Five most disastrous marketing failures of all time

## Promotion and sales

- Help for non-profits: promotional techniques
- Eleven important techniques of sales promotion
- Seven popular marketing techniques for small businesses
- Social media 101
- Five social media tips for social entrepreneurs
- Social media tips for NGOs

## Finances

- Eight financial tips for entrepreneurs launching a startup
- Ten top financial tips for early-stage startups

## Finding resources

- Community resource mapping
- Five ways of funding a business: how to get your piece of the pie
- Kiva loans that change lives
- Microcredits for small startups
- Four crowdfunding mistakes for social entrepreneurs to avoid
- Fifty-five great productivity tools and resources for startups and entrepreneurs
- Sixty great tools and resources for entrepreneurs and startups

## Networking and partnerships

- Thirteen tips to create the perfect partnership
- Seven tips for a successful business partnership

“Remember to  
celebrate milestones  
as you prepare for  
the road ahead.”

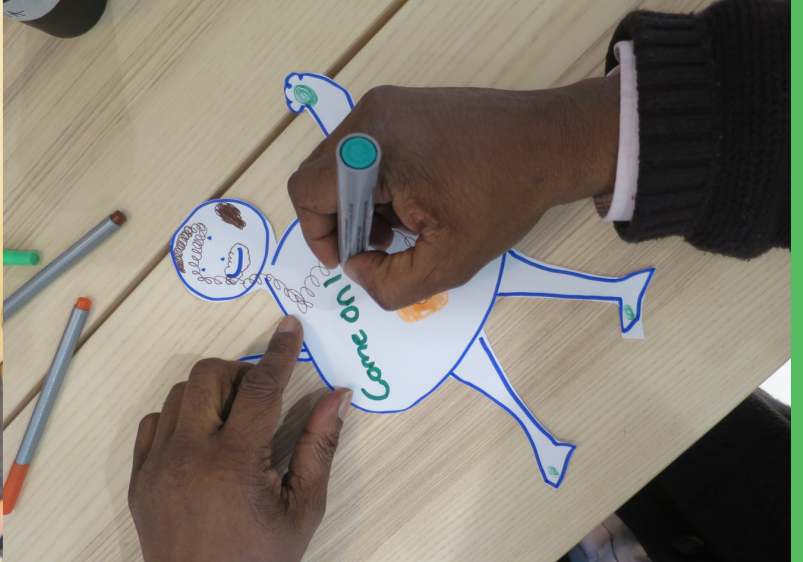
- Nelson Mandela,  
South African Leader

# Module

# 5.

# Lansering & Skala





*“Remember to celebrate milestones as you prepare for the road ahead.”  
Nelson Mandela, South African Leader*

*“What do you need to start a business? Three simple things: know your product better than anyone, know your customer, and have a burning desire to succeed.”  
Dave Thomas, Founder, Wendy’s*

*“Act enthusiastic and you will be enthusiastic.”  
Dale Carnegie, Author and Motivational Speaker*

## Kort beskrivning

I denna modul kommer du att lära dig hur du presenterar din idé på ett effektivt sätt till potentiella kunder, investerare och partners. Vi ska även se på hur man tar itu med risker och vikten av ledning när man startar och driver en (social) affärsverksamhet, samt även vikten av att ha en affärsplan och hur man gör den. Du kommer att lära dig vilka lagenliga strukturer är tillgängliga för din gemenskapsbaserade entreprenöriella idé så att du kan välja den som är lämpligast. När du planerar hur du ska upprätthålla din verksamhet och ha den i rätt skala, lär du dig även hur du ska reflektera över att öka övergripande organisationsprestanda och hur man förvärvar resurser för tillväxt från externa källor.

## Inlärningsmål

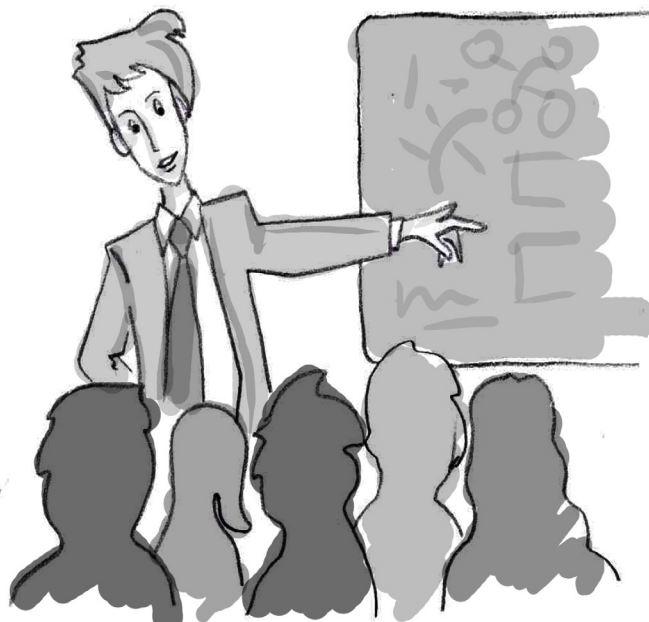
- Lära dig hur du gör ett utkast av din idé
- Ta i tu med risker med din startup
- Förstå vikten av ledande och teamwork
- Skriva en affärsplan som skapar och startar en ny satsning
- Analysera vilka nya lagenliga strukturer är de lämpligaste för din idé
- Veta hur du upprätthåller din verksamhet i rätt skala och anskaffa resurser för tillväxt från externa källor

# 1. Att presentera och göra pitchar

Att presentera en idé kan vara lätt, att sälja den till obekanta människor är mycket svårare. En kort presentation av din idé med syfte att övertyga mottagaren om dess fördelar är en pitch. Det är viktigt att få färdigheter att lägga upp din idé till andra och kunna övertyga potentiella investerare eller partners om värdet på din idé och om dig som person på en mycket kort tid. Människor i mottagaränden bedömer ofta idén och dess värde på basis av presenterarens färdighet och kreativitet. Människor stereotypiserar dig i allmänhet och kategoriserar dig, detta sker väldigt snabbt och studier visar att den uppfattning människorna får av dig under de första sekunderna då du möter dem inverkar mycket starkt på hur de bedömer dig, din karaktär, dina färdigheter. I en pitch är det viktigt att vara tydlig och ange noggrant vad du vill av den andra personen.

Avsikten är att göra det så lätt som möjligt för en person att säga 'ja'; så om du vill få det du vill ha ska du förbereda dig.

Här är några användbara tips för en lyckad pitch :



Förbered dig inför din presentation

Investerare investerar ofta först i entreprenören, inte i affärsplanen. Du ska ge ett intryck av en snabb, intelligent och effektiv person, som kan lansera en idé. upprätthålla den och få den att växa.

Undersök investerarna eller partners

Det är viktigt att på förhand ta reda på om de redan är aktiva i din sektor, om de har investerat i den tidigare och hur lyckat det har varit.

Fokusera på det väsentliga

För investerare och potentiella partners är presentationen ofta viktigare än affärsplanen. På mindre än fem minuter ska du kunna förklara idéns koncept, avkastningen på investeringen och strategin för att upprätthålla verksamheten och få den att växa. Därför ska du vara kort och koncist och noggrann när du presenterar din affärsidé. Investerare eller partners ska vara säkra på att du kan attrahera potentiella kunder. Om de inte förstår och inte blir intresserade av ditt koncept snabbt, tänker de att kunderna inte heller blir intresserade.

Övertyga genom fasta fakta och siffror – hitta inte på saker!

Investerare och partners söker garantier och låg risk. Om du redan har en meritlista, regelbundna inkomster eller kunder, är det lättare att attrahera investerare eller partners, än om lönsamheten baserar sig enbart på prognoser och affärsplanen. Innan du söker investering är det alltid bättre att ha testat eller genomfört ett pilotprojekt för din affärsidé för att du ska kunna presentera fakta och siffror.

Uppmuntra investerare och partners med din långsiktiga vision men var realistisk

De tar dig inte på allvar om du presenterar orealistiska siffror för ditt projekt. En bra idé kan vara att presentera siffror för tre framtidsversioner: bästa fallet, måttliga fallet och värsta fallet.

Det här ska grunda sig på data, analyser och realistiska antaganden om din aktuella och framtidsverksamhet, konkurrens, marknaden, osv.

Visa att du är kostnadseffektiv och får ut det mesta av sakerna  
Investerare eller partners vill se att du inte går för en lön eller utgifter som inte är optimerade.

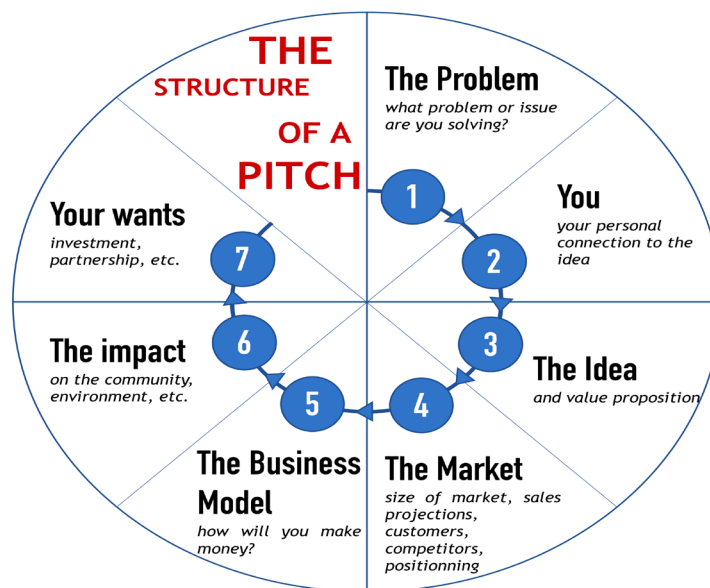
Var ambitiös men inte skrytsam

En sund affärsverksamhet växer steg för steg. Det är inte bråttom så försök inte direkt få miljoner euron för en världsomspännande expansion av ditt företag med en massa produkter. Avancera långsamt och bli bra på en marknadstyp eller en produkt eller service, och lär dig av dina framgångar och misslyckanden innan du försöker nå stjärnorna.

Pitchens struktur

Här är huvudstegen du borde ta när du presenterar din gemenskapsbaserade entreprenöriella idé:

- Problem- vilka problem eller utmaningar ska du lösa?
- Du- Vilken är in personliga anknytning till idén om (social) affärsverksamhet?
- Idén- Hurdan är din idé och värdeproposition?
- Marknaden- Hur stor är din marknad? Vilka är dina försäljningsprognoser? Vilka är dina kunder? Vilka är dina konkurrenter? Hur placerar du dig själv på marknaden?
- Affärsmodellen – hur ser din affärsmodell ut? Hur gör du pengar?
- Inflytande- vilket inflytande har du i gemenskapen?
- Din vilja – vad vill du ha av de personer du presenterar din idé för, t.ex., investering, partnerskap,



Se på videon om unga entreprenörer som presenterar (pitchar) sin affärsverksamhet under UK TV show "Dragon's Den". Försök tänka på vilka verktyg och metoder entreprenörerna använder för att övertyga investerare och få dem att investera i deras affärsidé.

Pitch 1: Mainstage Travel

Pitch 2: Snack business

Ta reda på fler sätt att pitcha effektivt:

How to pitch a brilliant Idea

Six steps to the perfect pitch

## 2. Ta itu med risker

Hur tar man itu med och klarar av risker

Idén om att starta din egen verksamhet enligt en laglig struktur kan väcka rädsla och vara en skrämmande tanke. Därför är det viktigt att förstå och ta itu med riskerna i ett tidigt skede för att kunna närma dig dem på ett lämpligt sätt och öka dina chanser att lyckas. Det finns många olika typer av risker:

### Produktrisk

Det är viktigt att du känner till din produkt eller tjänst bra och vet vilket problem den löser eller vilket behov den tjänar till för kunder. Försäkra dig om att marknaden är tillräckligt stor och att det är rätt tid för lansering. Din marknadsundersökning innan lanseringen är mycket viktig.

### Marknadsrisk

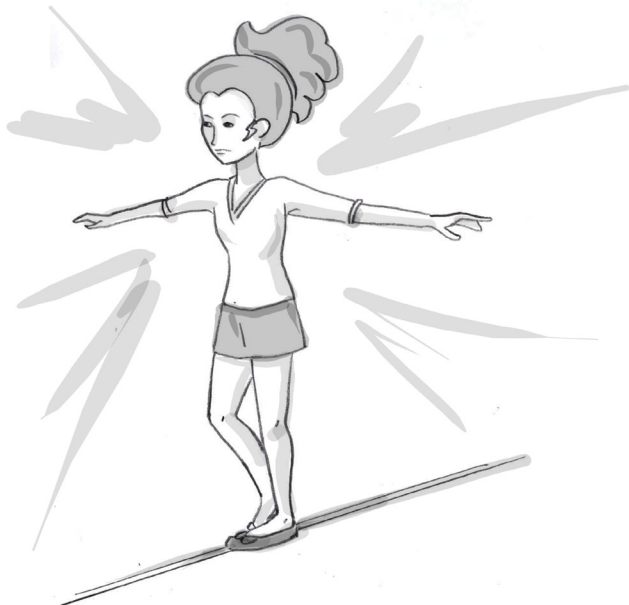
Känn dina kunder och varför, hur och var de köper relaterade produkter eller tjänster. Att gå in på marknaden tillräckligt tidigt med god kännedom om marknader genom undersökning kan vara till fördel i konkurrensen och minska risken för misslyckande.

### Finansiell risk

Det finns effektiva verktyg för nya entreprenörer att få pengar via crowdfunding-plattformar (gräsrotsfinansiering). Vänner eller familjen eller till och med Angel investors kan också vara en bra resurs för startup-finansiering. När du fortsätter med din affärsverksamhet, försäkra att du uppnår de viktiga milstolparna och tillväxtmålen i din affärsplan, för att skapa för att bygga förtroende hos potentiella nya investerare. Noggrann budgetering, hantering av finanser och kassaflöde är också avgörande för din (sociala) affärsverksamhet.

### Team risk

Att ha ett bra team är avgörande; du kan inte göra allt själv. Försäkra dig om att du har människor runt omkring dig som du kan fråga råd av, sådana som teammedlemmar, vänner och familj, en mentor eller till och med en startup-kuvös, så att du inte behöver stå ut med alla utmaningar ensam. Att jobba i team med människor som tror på din (sociala) affärsverksamhet och dess produkter eller tjänster ökar dina möjligheter till framgång när du lanserar din verksamhet och vidareutvecklar den. Att ha ett starkt team är också avgörande när du råkar ut för problem.



### Implementeringsrisk

Hitta balansen mellan överkontroll av verksamhetsdetaljer i din (sociala) affärsverksamhet och den strategiska visionära rollen av en entreprenör. I början är det viktigt att lägga märke till detaljer och samtidigt ha en helhetsbild av verksamheten. För att minimera riskerna, behöver du råd av experter och människor som har erfarenhet så att du kan undvika fallgropar, men det är också viktigt att ibland ta (begränsade och mätbara) risker och att vara modig.

Testa entreprenörens riskbedömningsfrågor assessment quiz. Denna test hjälper dig att ta de första stegen för att starta din egen verksamhet. Men gör inte de här tio misstagna startup mistakes och undvik de här fyra fallgroparna pitfalls som små företag råkar ut för.

## 3. Planering och teamarbete

Som entreprenör är hanteringen av tid, pengar och människor avgörande, och ju effektivare du är desto bättre.

### Tidsplanering

Då det gäller tidsplanering är det viktigt att ha tydliga målsättningar för din (sociala)verksamhet och att alla aktiviteter du engagerar dig i tjänar dessa målsättningar. Allt annat är potentiell tidsslöseri, så försäkra dig om att allt du gör är direkt relaterat till att få inkomster och öka den (sociala) affärsverksamheten. Det är också viktigt att prioritera och se skillnad på vad som är viktigt och vad inte, och att planera noggrant med hjälp av att göra-listor och verktyg, såsom kalender, påminnelser, osv. En annan viktig aspekt med tanke på tidsplanering är att eliminera störande saker, t.ex. mobil, social media, osv. och delegera uppgifter till andra medlemmar i teamet. Det finns massor med tips och knep gällande tidsplanering på Internet. Kom ihåg att varje dag har endast 24 timmar så du borde ju ta ut allt av dem.

Om du vill veta mer om detta, ta en titt på dessa tjugo snabbtips för bättre tidsplanering:

<https://www.youtube.com/watch?v=bzNZh-HolUU>



### Personalplanering

Ditt team väntar sig handledning och inspiration av dig, så du måste vara ett gott exempel för dem. Då det gäller planering för och motivation av ditt team är nyckeln bra kommunikation. Det kan då gälla dina och deras målsättningar och förväntningar eller pågående dag för dag -saker. Att bygga upp positiva arbetsrelationer betyder också att känna till och vara intresserad av teammedlemmarnas personliga liv. Att erkänna team-medlemmarnas goda arbetsinsatser är ett avgörande verktyg för att motivera dem och kunna be dem om hjälp och råd. Som chef kan du definitivt medverka till en positiv atmosfär eftersom tillit är nyckeln till planering och ledning. Att delegera till rätta människor, hantera konflikter och vara bestämd är också viktiga chefsfärdigheter .

## Finanshantering

En av de viktigaste och mest utmanande delar då det gäller hantering av din (sociala) affärsverksamhet, är hanteringen av dina finanser eftersom allt beror på dem. Ett av nyckelverktygen för planeringen av dina finanser är budgeten. Det är viktigt att noggrant planera ditt finansiella år, kvartaler och även övervaka ditt kassaflöde. Att ha dina personliga finanser skilt från din (sociala) affärsverksamhet, liksom även att ha ett välorganiserat bokföringssystem i din verksamhet, är avgörande i hanteringen av finanserna. Även om du har ett bra redovisningssystem, var medveten om kunder som betalar med fördröjning, för detta kan leda till allvarliga penningproblem. Att ha tillräckliga kontanter i reserv är även viktigt och att undvika oviktiga utgifter är avgörande. Som ny företagare behöver du inte fina möbler i ditt kontor .

## Partners hantering

I föregående moduler har vi bekantat oss med kartläggning av potentiella partner och vikten av att skapa partnerskap i gemenskapen. Inom gemenskapsbaserat entreprenörskap är partnerskapsbildning avgörande, för i mitten av den gemenskapsbaserade entreprenörsidén finns lösningen på ett problem eller gemenskapens behov. Framgången i en gemenskapsbaserad affärsidé är av intresse i hela gemenskapen – ett bra argument när du försöker nå ut till partnerna för din idé.

Om du har partner är det också viktigt att sköta dessa relationer bra, föra att undvika konflikter eller till och med sätta din (sociala) affärsverksamhet i fara. Försäkra dig om att dina partner har samma mål och visioner som du och att rollerna och skyldigheterna i partnerskapet är tydligt definierade i ett skriftligt kontrakt eller en överenskommelse. En sådan överenskommelse bör även definiera vad som händer och hur allt ska skötas i så fall att verksamheten inte lyckas, förväntningarna inte uppnås eller man vill avsluta partnerskapet. När rollerna och skyldigheterna är definierade, blir det lättare att uppmuntra och optimera individernas styrkor inom partnerskapet. Detta kan även öka motivationen och skapa god stämning i partnerskapet, t.ex. en av dina partner, som ska skaffa råmaterial, har möjligen en bra grafisk designer i sin personal, vilket är just vad du behöver. Sålunda när du optimerar ditt partnerskap genom att dela resurser eller styrkor som baserar på behov, stärker du det ytterligare, eftersom det kan vara till stor nytta att hjälpa varandra i områden där den andra är svag .

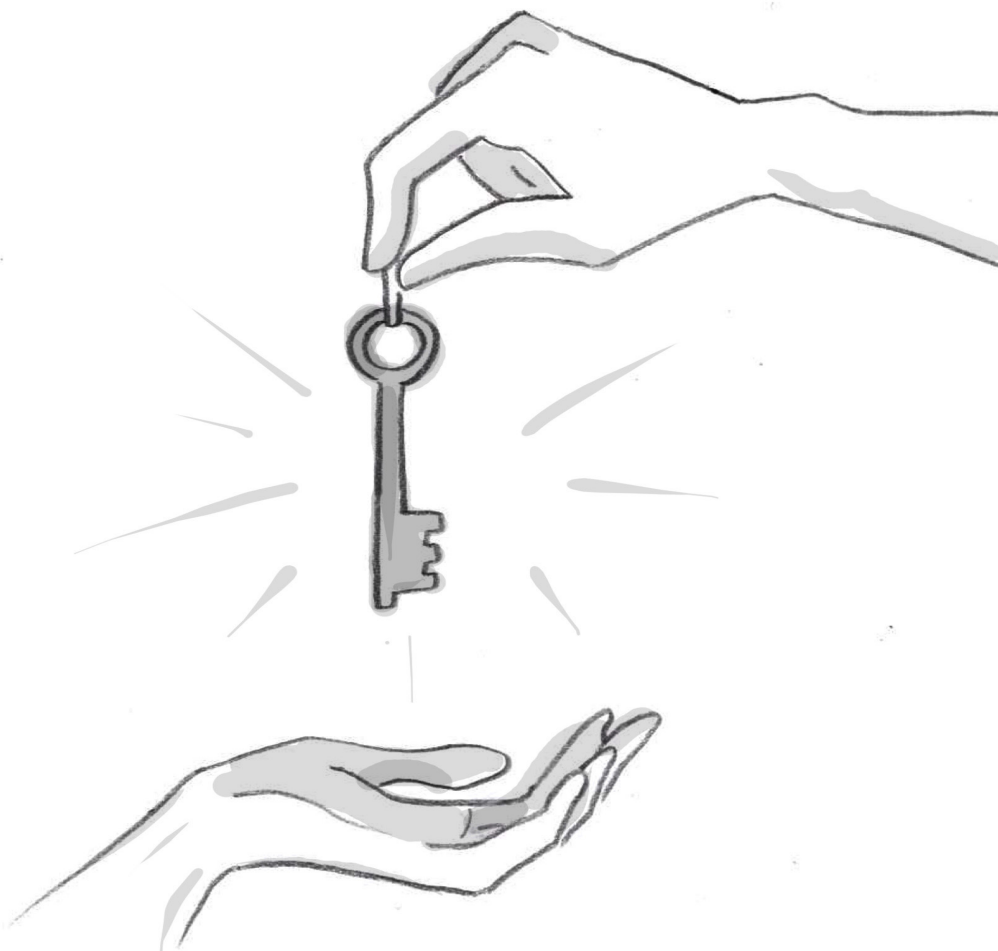
## Delegering av uppgifter

Som (social) entreprenör kan du inte göra allt själv, utan du måste delegera några uppgifter till andra i teamet. Att delegera är dock mera än att bara be någon göra något. Om du vill delegera effektivt, krävs en ömsesidig förståelse och överenskommelse mellan dig och den person du delegerar till. Det är viktigt att ta reda på team-medlemmarnas reaktioner och idéer och bygga upp förtroende, stöd och öppen kommunikation under processen. Här får du åtta tips för effektiv delegering :

- 1) Förklara exakt vad personen har att göra och försäkra dig om att han förstår sina skyldigheter och tidtabellen från början till slut
- 2) Förklara målen i anslutning till uppgiften, vilka resultat du förväntar dig och på vilket sätt du kommer att kunna mäta eller evaluera den utförda uppgiften
- 3) Bevilja den myndighet som krävs att slutföra uppgiften. När du delegerar en uppgift, ska du också delegera den till den myndighet som krävs och ge tillstånd att fatta beslut
- 4) Ta reda på att personen förstår och ger sitt samtycke till uppgiften. Ta på förhand reda på om det finns tvivel, frågor eller förslag.
- 5) Ge personerna friheten att slutföra uppgiften på det sättet de tror är det effektivaste sättet, annars begränsar du kreativiteten och initiativet i och med att du minskar självkänslan hos personen.
- 6) Skapa ett system för att belöna enastående prestanda. Förklara till personen på förhand både positiva och negativa följder av ett enastående eller dåligt prestanda.

7) Kontrollera arbetet. Detta ger dig möjligheten att identifiera utmaningar och problem, och det motiverar också människor, eftersom du uppmärksammar det arbete de gör.

8) Ta itu med alla problem som dyker upp. Gör en plan med personen du delegerar till för att han ska kunna korrekt genomföra de delegerade uppgifterna. Försök övervaka arbetsprocessen så att du kan reagera på varje problem som kan uppstå.



#### Ha en mentor

Det är också viktigt att du har en mentor som du litar på, beundrar och respekterar när du har som avsikt att starta din egen affärsverksamhet. En mentor kan fungera som en positiv rollmodell som visar intresse för dig och din (sociala) affärsverksamhet. Mentorn motiverar dig, erbjuder handledning och konstruktiv feedback, samt är villig att dela kunskap och erfarenheter i en rad frågor. En mentor försäkrar att du inte är ensam när du ska ta viktiga beslut, hjälper dig undvika fallgropar och att lära dig av misstag, genom att handleda dig i rätt riktning.

Bli inspirerad av Kim Kaupe, medgrundare av ZinePak som beskriver fyra typer av mentorer som varje ledare borde ha.



## 4. Hur skriver man en affärsplan

En affärsplan är inte bara ett finansieringsredskap, Det hjälper dig att hantera dig själv och din (sociala) verksamhet. ned hjälp av den kan du analysera och följa med ditt avancerande och förstå hur din verksamhet är konstruerad. Du kan också använda den som försäljningsredskap för att få investerare eller personal för din satsning. Det är en plan som hjälper dig att uppsätta mål för dina prestationer, göra förutsägelser och uppsätta mål med hänsyn till dina försäljningsintäkter, dina kunder, rekrytering, osv. Den kan vara nyckeln till framgång då det gäller utvidgning av din verksamhet eller konkurrenskraftighet. Du behöver inte vara utanför all ten månad för skriva dokumentet. Du kan arbeta med det deltid och använda presentationsformat, som t.ex. PowerPoint för att spara tid och göra det enklare att dela din plan och arbeta



Här kommer fem fördelar med att göra en affärsplan :

- 1) Möjlighet att få finansiering, eftersom investerare och banker vill se din affärsplan och bli övertygade om att din affärsplan är bra, innan de lånar dig pengar. Den hjälper dig att kommunicera om din vision och övertyga människor om att din idé är värd att investera.
- 2) Att göra en affärsplan hjälper dig att prioritera och uppsätta mål och strategier för att uppnå dem. Den kommer att hjälpa dig att fokusera din energi och dina resurser på det som verkligen är viktigt och förutse framtida hinder och vara beredd att ta itu med dem när de dyker upp. Den hjälper dig även att fråga dig själv i rätta frågor om vad kunder egentligen vill, hur vi kan attrahera kunderna. osv.
- 3) De ger dig kontroll, för när du arbetar med din affärsplan tar du några steg tillbaka och ser helhetsbilden, kontrollerar vad som har fungerat bra och vad som borde förbättras. Att ta dig tid att arbeta med affärsplanen ger dig även en känsla av kontroll av framtiden.
- 4) Genom att planera din framtid kan du undvika misstag och definiera hur du vill få din verksamhet-side att utvecklas. Det bidrar till att göra (finansiella) prognoser och beräkna om allt är vettigt, t.ex. om du planerar sälja tusen enheter av din produkt i månaden under det första året och ändå har bara en försäljare, går det inte ihop. Kanske din plan inte är realistisk och/eller din försäljningskraft ska förstärkas.
- 5) Du kommer att ha en referenspunkt, eftersom du får positiv eller negativ feedback på grund av aktuella händelser i ditt företag. En affärsplan gör att du kan gå tillbaka och se objektivt på vad du gör och varför. Det låter dig också få alla som är inblandade i ditt företag, t.ex. partner, familj, vänner, osv. på samma sida. Det ger samstämmighet och försäkrar att alla är på väg i samma riktning och har samma uppdrag.

De viktigaste rekommenderade elementen som ska presenteras i en affärsplan inkluderar:

- Sammanfattning
- Företagsöversikt
- Kundanalys
- Konkurrensanalys
- Marknadsplan

- Ledningsgrupp
- Finansieringsplan






Se denna video som ger dig goda tips för uppgörande av en affärsplan.

Prova det här enkelt för att se hur du ska skriva en affärsplan genom att använda one day business planning -kalkylbladet. Om du har en entreprenöriell idé, försök fylla i den här och se vad som ännu ska definieras tydligare.

Hitta tilläggsinformation för skrivande av en plan genom att använda business plan template och handledning och om hur du ska avsluta din business plan på en dag.

### The One Day Business Plan™ Worksheet

Summarize your business vision, company goals, marketing strategies, financial objectives, and support plans:

<p><b>Business VISION</b></p> <p><b>What</b> do you want your company to be?  <b>Why</b> is "now" the "right time" to start your company?</p>	 Vision Why now?	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
<p><b>Company GOALS</b></p> <p><b>How</b> will you achieve your vision?  <b>What</b> is your central purpose or mission?  <b>What</b> do you promise your customers?</p>	 G1 G2 G3 G4 Mission Statement Brand Promise	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
<p><b>Marketing STRATEGIES</b></p> <p><b>How</b> will you grow your business? What works in the industry?  <b>How</b> will you reach customers?  <b>What</b> opportunities exist?</p>	 S1 S2 S3 S4 Marketing Approach SWOT Analysis	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
<p><b>Financial OBJECTIVES</b></p> <p><b>What</b> must you accomplish after one year of operation?  <b>How</b> will you know goals are being met?  <b>How</b> will you measure your success?</p>	 O1 O2 O3 O4 Sales Revenue Profitability Market Share Key PI's	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
<p><b>Support ACTION PLANS</b></p> <p><b>What</b> specific actions are you taking to achieve your vision?  <b>When</b> will key projects be completed?  <b>How</b> much will each project cost?</p>	 A1 A2 A3 A4 Primary Project Main Tasks	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>

## 5. Rättsliga strukturer

Strukturer som är lämpliga för min entreprenöriella idé

Efter att din entreprenöriella idé har utvecklats vidare, blivit testad och piloterad och du har nödvändiga resurser att lansera den, är det viktigt att tänka på vilka rättsliga strukturer lämpar sig bäst för dina entreprenöriella strävanden. Borde du vara ensam företagare eller ingå i partnerskap, bolag, aktiebolag (ab) eller frivilligorganisation? Allt detta beror på dina målsättningar och ändamål. Den rättsliga struktur du väljer har stor inverkan på dina skatter, ditt juridiska ansvar, administrationsfrågor och insamling. Det är ett viktigt beslut och när du gör beslutet bör du ta framtidens behov i beaktande.

Den rättsliga strukturen och hur den tillämpas varierar i olika länder. Därför är det ett beslut som du borde få råd för av en sakkunnig, såsom andra företagsägare, företagsutvecklingsagenter i din region som ibland ger tips om gratis startups eller jurister. Analysera noggrant alla fördelar och nackdelar samt din (sociala) verksamhets och dess ägares behov.

För tilläggsuppgifter se hur du väljer den bästa strukturen legal structure för din startup och väljer en rättslig struktur legal structure för ditt sociala entreprenörskap.



## 6. Uppskalning

Hur blir min verksamhet hållbar och skalad

När du fått din (sociala) verksamhet att löpa, är tillväxten och skalningen de följande naturliga stegen. Detta ska dock även tänkas igenom noggrant. Tillväxt är nyckeln till framgång i vilket företag som helst men bra kalkylerat och försiktig tillväxt är oftast smartare än väldigt snabb expansion som du kanske inte klarar av att hantera.

När du tankar på att skala upp din verksamhet är det viktigt att ställa dig själv nyckelfrågor om framtiden för din satsning. Innan du lanserar en ny produkt eller introducerar dina produkter på en ny marknad, vill du säkert först optimera din nuvarande affärsmodell. Du ska noggrant analysera konkurrensen och försöka förutse hur den kommer att utvecklas samt även tänka på eventuella andra alternativ i framtiden. Du ska även tänka på dina nuvarande kunder – kommer du att kunna leverera samma kvalitet efter snabb tillväxt, eftersom varje försämring kunde inverka på ditt rykte och din image .

Tillväxt av ditt (sociala) företag kräver ofta investeringar och du ska ha tillräckligt med kapital och infrastrukturen för följande steg. När du planerar, kom ihåg att göra realistiska tidtabeller och beräkningar och försäkra dig om att din tillväxtstrategi går ihop med din långsiktiga vision. Innan du börjar följa en stor tillväxtstrategi är det viktigt att analysera verksamhetens nuläge, för att med hjälp av noggrann planering undvika eventuella fallgropar och med en väl genomtänkt strategi arbeta för hållbar tillväxt.

Ett vanligt sätt att skala upp verksamheten är att ompröva den övergripande strategin för att sälja mer och hitta nya intäktströmmar, genom att öka övergripande organisationsprestanda för att bli effektivare och kunna öka vinstmarginalerna.

Till exempel nu när du har blivit bättre på att producera din produkt eller tjänst, kan du i stället för att ha så låga priser som möjligt fokusera på det värde du erbjuder kunderna och öka priserna hellre än sänka dem. På det sättet fokuserar du mer på det värde du erbjuder dina kunder med dina produkter eller tjänster. Advokater och rörmokare gör på det viset när de fakturerar dig för möjligheten, för sin tillgänglighet och sin specialutbildning.

Ett annat viktigt tillvägagångssätt är att se över dina kostnader och hitta sätt att minska drifts- eller produktionskostnaderna, för att optimera dina marginaler. Bättre marginaler betyder att du kan ha mer personal, utbilda dem eller investera i att expandera.



Ät annat tillvägagångssätt som gör att du kan skala upp din (sociala) verksamhet är att skapa återkommande intäkter. Om du är helt beroende av att sälja allt du producerar är det svårt att skala upp din verksamhet. Scheman av förutsägbara intäkter strömmar som kommer från abonnemang eller "leverans på beställning" kan vara en bra modell som gör att du kan skala upp, eftersom du bara producerar vad folk beställer och det garanterar dig en förutsägbar månadsinkomstström.

Du kan också skala upp genom att samarbeta med andra organisationer som säljer din produkt eller tjänst för dig. En partner som har ett befintligt nätverk och en infrastruktur som säljer din produkt i flera länder skulle till exempel spara tid och pengar för att investera i ditt eget nätverk och infrastruktur.

## Exempel

### EcoBriquettes och uppskalning genom partnerskap

Tänk på den sociala entreprenörsidé som Ecobriquettes har för uppskalning genom partnerskap: <https://www.youtube.com/watch?v=LLErpCYgLsw>

Eftersom försäljningen av Ecobriquettes i byn Kecerovce (där de produceras) och i de omkringliggande byarna är stabil och kapacitet för produktion och försäljning av större mängder har etablerats, skulle följande steg vara att skala upp och försöka sälja till nya marknader i regionen. Det finns många romska bosättningar i östra Slovakien som representerar nya potentiella marknader för försäljning av Ecobriquettes. En möjlighet skulle vara att skapa partnerskap med kyrkorna och NGO i andra byar i regionen. De skulle kunna köpa stora mängder av Ecobriquettes, transportera dem till sin by och sälja dem till lokala invånare. De har redan en infrastruktur där de kan förvara och sälja Ecobriquettes och kan fungera som återförsäljare av produkten.

Diskussion: Vilka andra idéer har du om uppskalning av Ecobriquettes utanför Slovakien?

Här har du fem tips för tillväxt i din startup verksamhet.

# Ytterligare resurser & Lärande

## Presentation skills and pitching

How to pitch a brilliant idea

How to pitch an idea

Six steps to the perfect pitch

Seven tips for pitching your entrepreneurial idea, whether to angels or sharks

Shark tank video library of successful and unsuccessful pitches

## Assessing risks

Five risks you should consider when launching your startup

Ten startup mistakes not to make

Four pitfalls small businesses face

Assessment quiz- entrepreneur risk

## Management and teamwork

Seven time management tips for busy entrepreneurs

Six time management tips for busy entrepreneurs

Six money management tips for first-time entrepreneurs

## How to write a business plan

Why you need a business plan

Business plan for startups

One day business planning worksheet

Why you must have a business plan

Three reasons why you need a business plan

Five reasons why you need a business plan

Business plan template and guide

Business plan in one day

## Legal structures

Choosing your business structure

How to choose the best legal structure for your startup

Choosing a legal structure for your social enterprise

Entrepreneurs starter kits by Ashoka

## Scaling

Five simple steps to scaling your business

Before you decide to scale your business, answer these four questions

Five tips for keeping your startup business growing



Erasmus+



# Welcomeship

Building Inclusive Communities Through  
Community-based Entrepreneurship