

Forretningsutvikling

Anders Linga og Paul Sverre Røe, Proneo AS

Temær vi skal gjennom

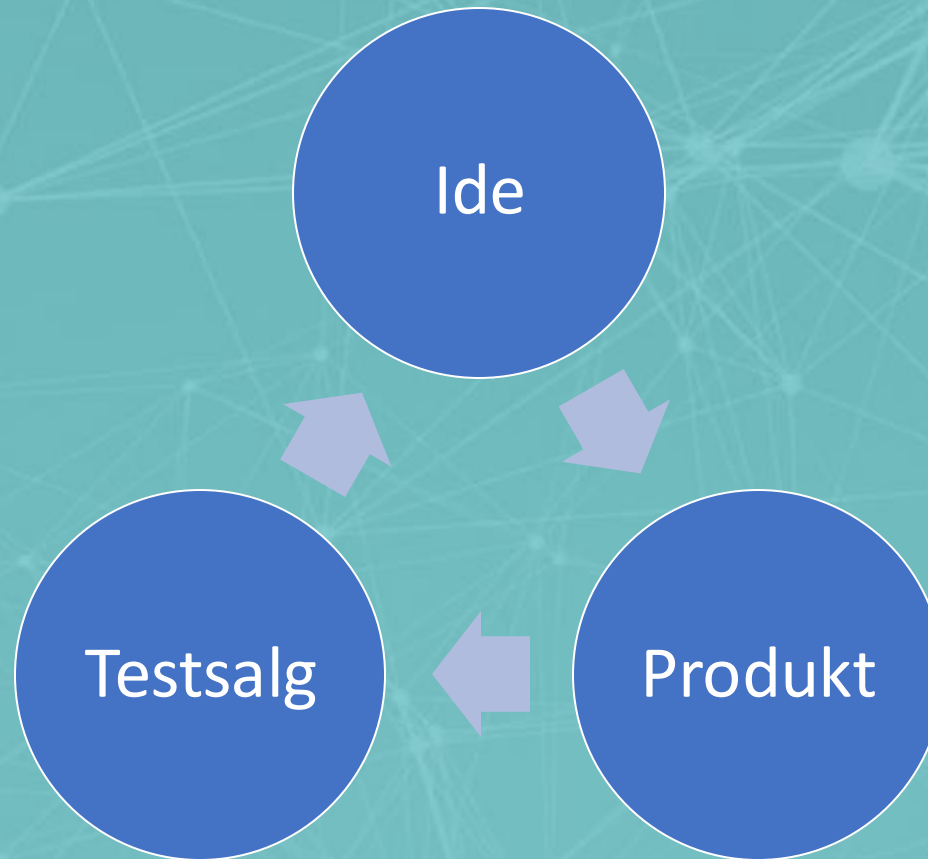
- Hvordan tilnærme seg et marked?
- Markedsstrategier
- Forretningsmodell – praktisk arbeid og diskusjoner i fellesskap



Noen innledende refleksjoner

- Utvikling og trender går stadig raskere. Hva gir det av muligheter og utfordringer?
- Bærekraft blir viktigere og viktigere – gir nye muligheter
- Småskala gårdsproduksjon er en spesiell næring på noen områder - men kanskje mindre enn man skulle tro?
- «Hva skal jeg satse på?»

Prinsipp for markedsutvikling



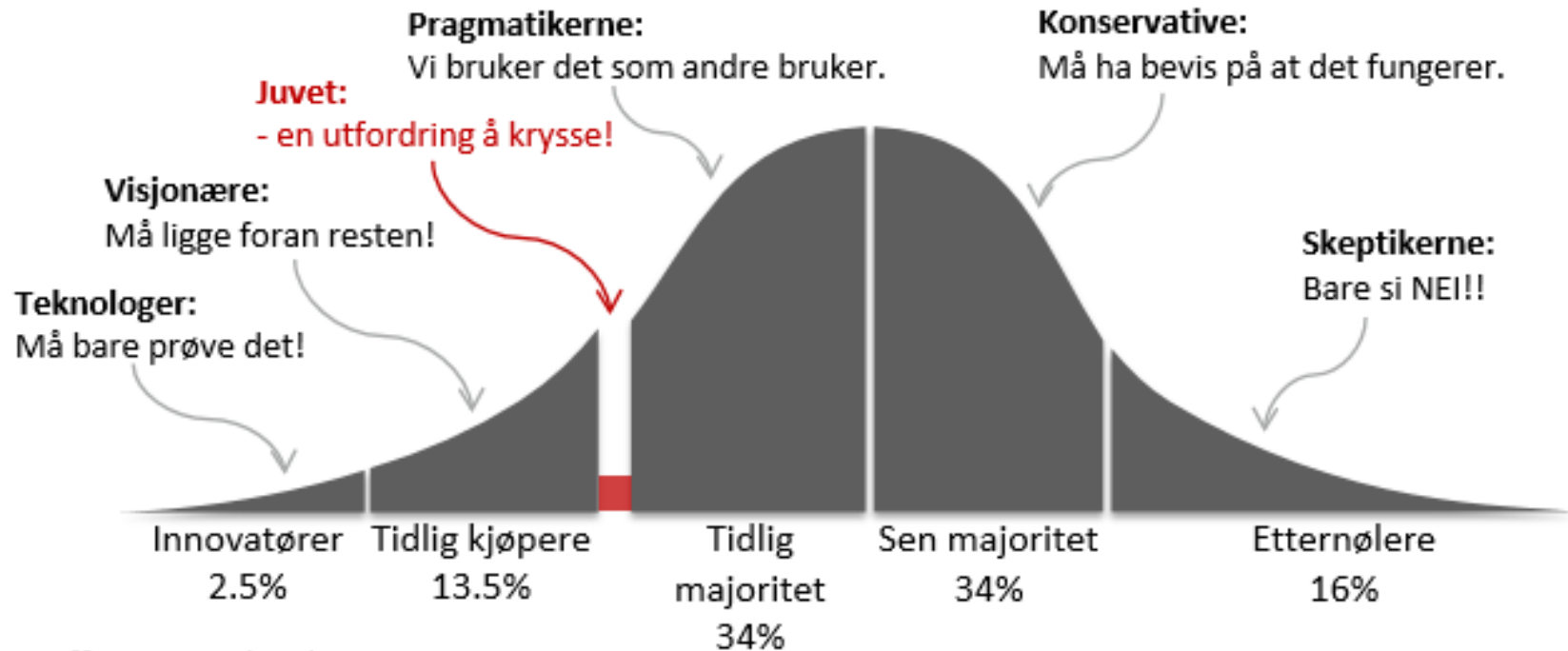
Markedsarbeid

Er en praktisk ferdighet – ikke en teoretisk øvelse

Kundeperspektivet

- Lær mest mulig om kundene
 - Hvem er kunden?
 - Hvem er ikke kunder?
 - Hva er kunden opptatt av?
 - Hvordan når man kundene?

Kundeperspektiv forts.



Gode spørsmål

- Er kunden villige til å betale for produktet?
- Hvorfor ønsker kundene å kjøpe produktet?
- Er det mulig å produsere nok volum av produktet på en overkommelig måte?

5 p-er

- Produkt
- Pris
- Plassering
- Promotering
- Personer

Produkt

- Må være et produkt noen er villige til å betale for
 - Kvalitet, design, merkevare
- Se i sammenheng med markedskartleggingen – hvordan kan produktet tilpasses markedet
- Markedstesting



Pris

- Hvordan kan pris brukes som markedsføringsstrategi?
- Er det lurt med høy eller lav pris?

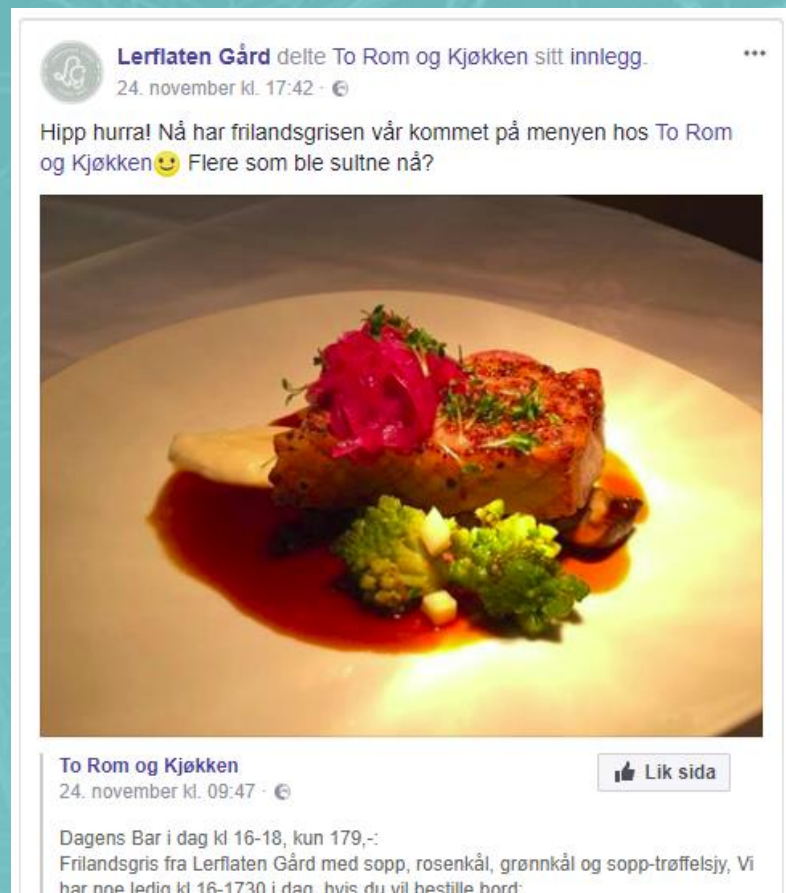
Plassering

- Geografi
- Lokaler
- De rette salgsleddene
- Vareutvalg
- Lager
- Transport



Promotering (Markedsføring)


- Handler om å skape oppmerksomhet
- Sosiale media
- Nettside
- Reklame
- Salg
- Kampanjer



The image shows a screenshot of a Facebook post. At the top, the profile picture of 'Lerflaten Gård' is visible, followed by the text 'Lerflaten Gård delte To Rom og Kjøkken sitt innlegg.' and the date '24. november kl. 17:42'. The main text of the post reads: 'Hipp hurra! Nå har frilandsgrisen vår kommet på menyen hos To Rom og Kjøkken 😊 Flere som ble sultne nå?'. Below the text is a photograph of a plated dish featuring a piece of seared salmon, a slice of potato, a portion of green vegetables, and a garnish of pink pickled vegetables. At the bottom of the post, there is a section for 'To Rom og Kjøkken' with the date '24. november kl. 09:47' and a 'Like' button. The text below the button says: 'Dagens Bar i dag kl 16-18, kun 179,-: Frilandsgris fra Lerflaten Gård med sopp, rosenkål, grønnkål og sopp-trøffelsjy, Vi har noe ledig kl 16-1730 i dag, hvis du vil bestille bord:'.

Lerflaten Gård delte To Rom og Kjøkken sitt innlegg.
24. november kl. 17:42 · 🌐

Hipp hurra! Nå har frilandsgrisen vår kommet på menyen hos To Rom og Kjøkken 😊 Flere som ble sultne nå?



To Rom og Kjøkken
24. november kl. 09:47 · 🌐

Dagens Bar i dag kl 16-18, kun 179,-:
Frilandsgris fra Lerflaten Gård med sopp, rosenkål, grønnkål og sopp-trøffelsjy, Vi har noe ledig kl 16-1730 i dag, hvis du vil bestille bord:

Personer

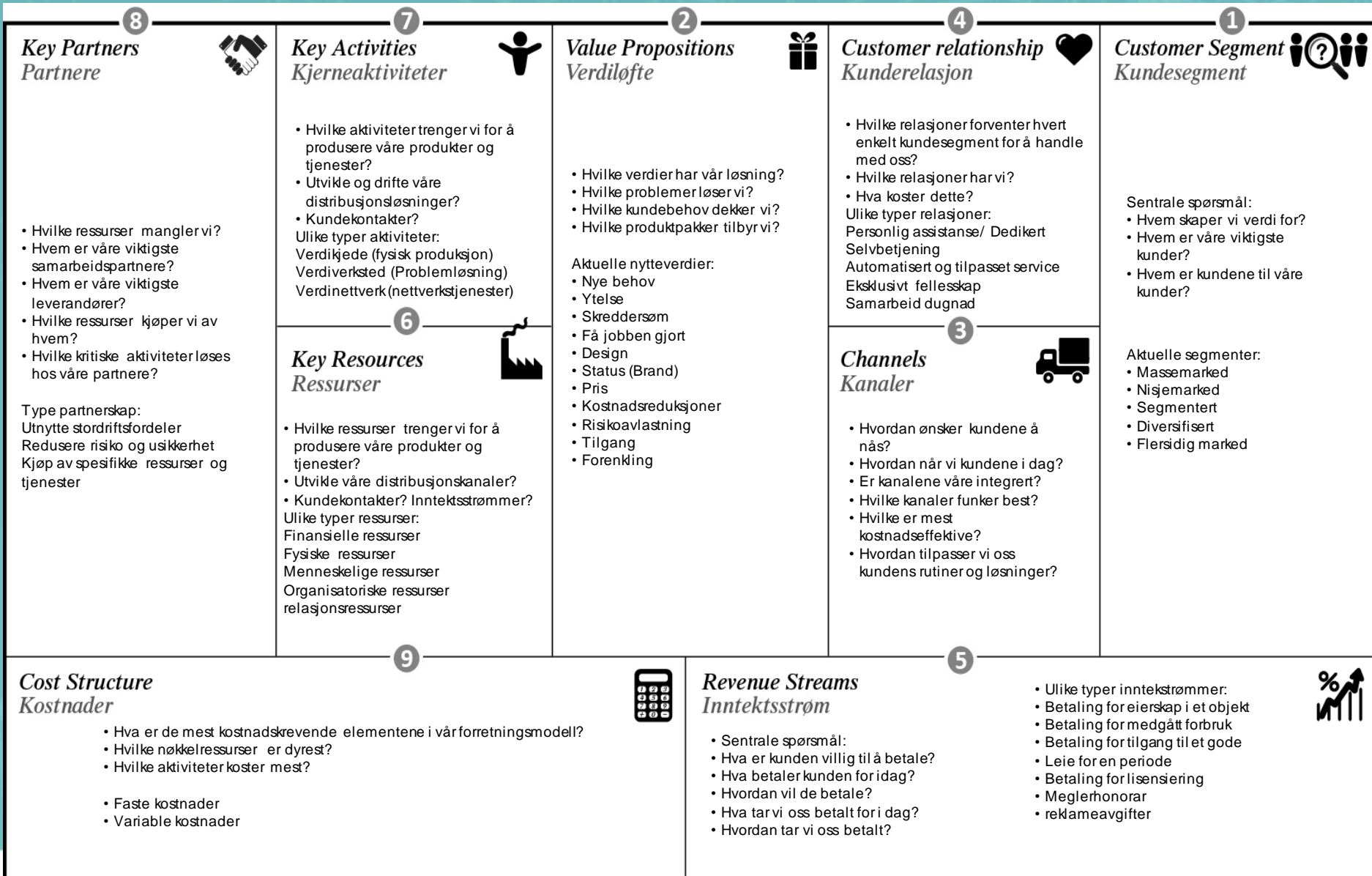
- Hvilken rolle ønsker du selv å ta? Frontfigur eller i bakgrunnen?
- Hvilke personer er viktig å ha kontakt med?

Hvor tilgjengelig er du? Hvor tilgjengelig ønsker du å være?

- Vær bevisst på å være der kunden din er – ikke bruk tid og energi på alle andre arenaer
- Bruk av sosiale medier krever jevnlig oppdatering
- Nettside – fungerer til sitt bruk
- Folk hjem på gården?

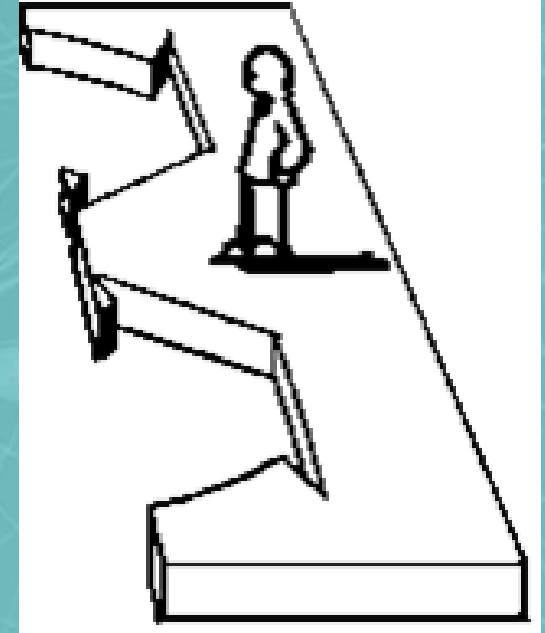
Forretningsmodell

- En beskrivelse av hvordan en bedrift skaper verdier

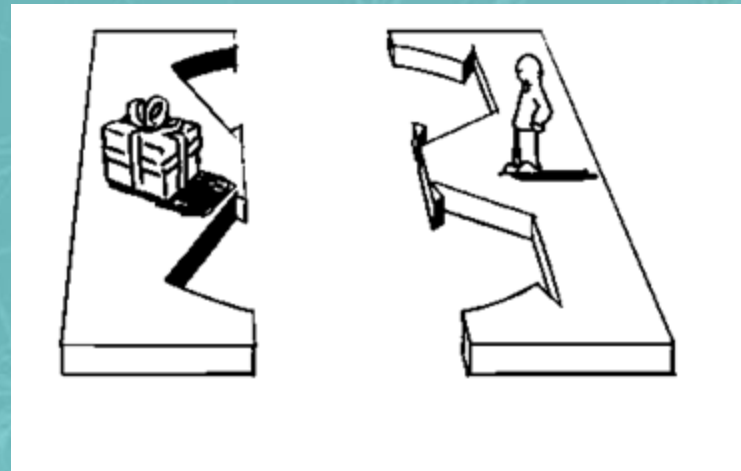


1. Kunder

- Hvem er den typiske kunden?
- Hvem bestemmer?
- Men hvem er ikke kunder?

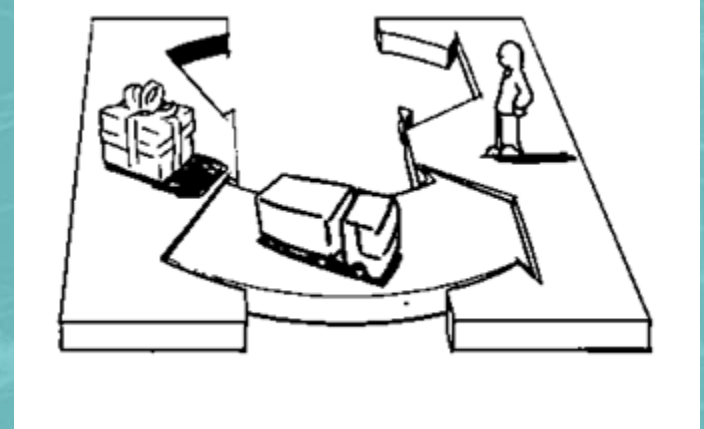


2. Kundens verdi



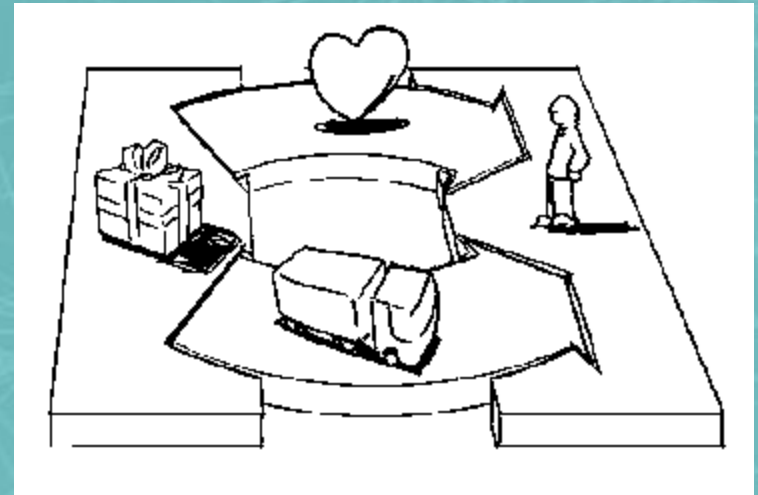
- Hva er det folk forventer å få?
- Hva er det folk ikke forventer å få?
- Hvorfor skal kunden handle hos deg?

3. Distribusjon



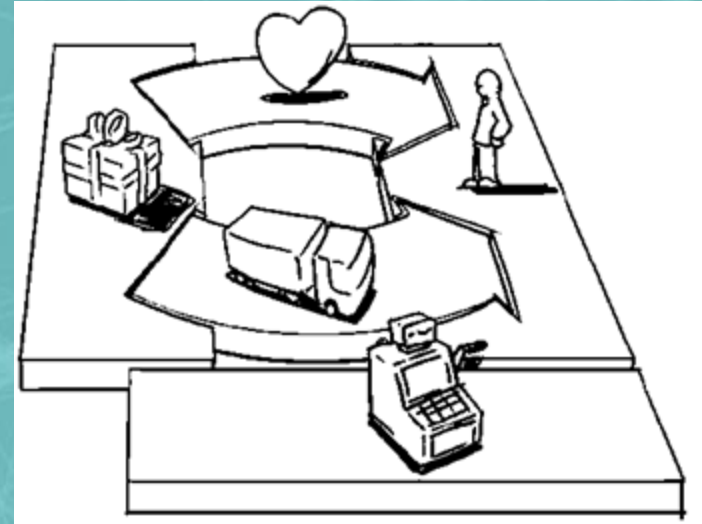
- På hvilke arenaer får kundene tak i produktene dine?
- Hvordan leverer du varene til kundene?

4. Kunderelasjoner



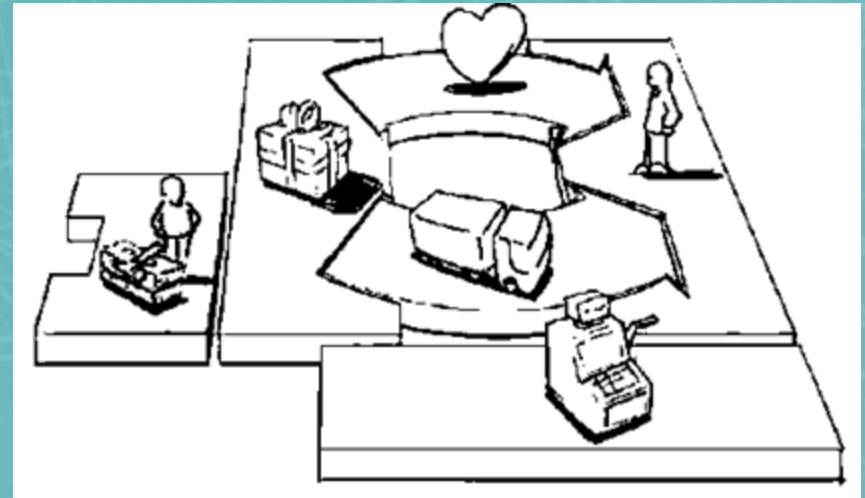
- Upersonlig/personlig?

5. Inntektsmodeller



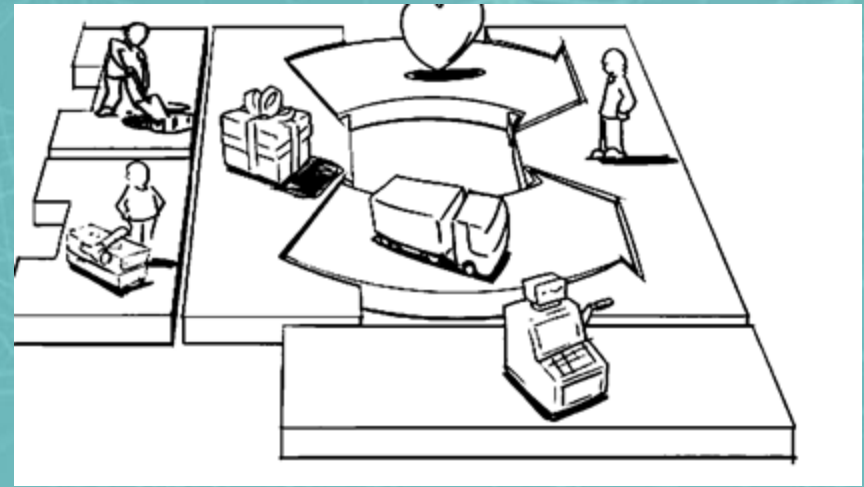
- Man betaler for det man kjøper?
- Små volum – høy margin
- Mersalg?
- Nye inntektsmodeller?

6. Ressurser



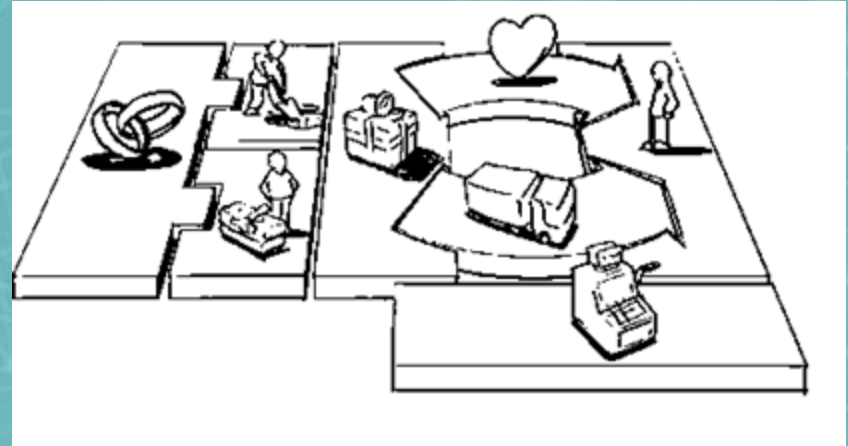
- Hva har jeg av ressurser?
Hvilke ressurser mangler jeg?

7. Aktiviteter



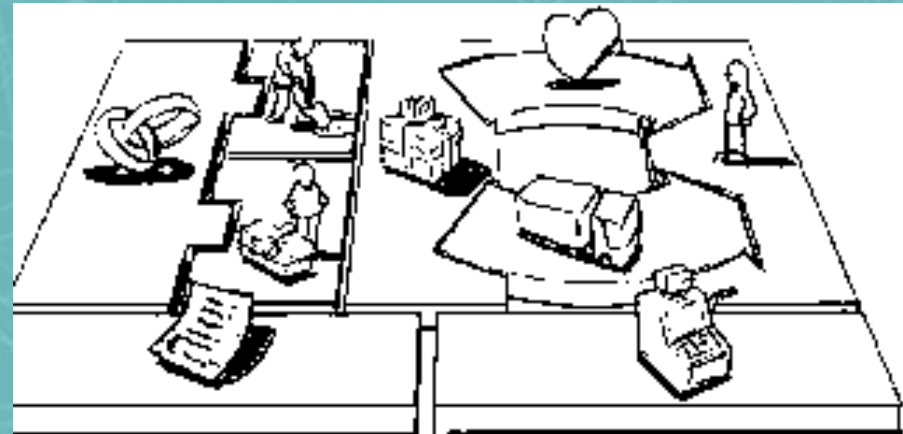
- Hva skal jeg gjøre i bedriften?

8. Partnere



- Hva klarer jeg ikke selv eller ønsker jeg ikke å gjøre selv?
Hvem kan løse dette for meg?

9. Kostnader











- Hva vet jeg blir kostnadene mine?

Lag din første forretningsmodell

Navn på bedrift:

Dato:

<p>8</p> <p>Key Partners Partnere</p> 	<p>7</p> <p>Key Activities Kjerneaktiviteter</p> 	<p>2</p> <p>Value Propositions Verdiløfte</p> 	<p>4</p> <p>Customer relationship Kunderelasjon</p> 	<p>1</p> <p>Customer Segment Kundesegment</p> 
	<p>6</p> <p>Key Resources Ressurser</p> 		<p>3</p> <p>Channels Kanaler</p> 	
<p>9</p> <p>Cost Structure Kostnader</p> 		<p>5</p> <p>Revenue Streams Innteksstrøm</p> 