

Tänka Nytt - Finansiera verksamhet – Behåll värderingar

Kursledare Eva Sollén

Andra träffen den 2 november 2011

Deltagare: Mette, Gun-Britt, Helgi, Angelika, Marita, Eva-Lena och Barbro samt i stället för Elvi kom maken Anders Olsson.

En kort sammanfattning av föregående träff.

Nuläge

- Varför vill vi vara medlemmar i den ekonomiska föreningen ?

Visa upp

Få sålt

Gemenskap

Fina grejer – Stolthet

- Vad står Gyllene Hinden (butiken) för ?

Träffpunkt

Lokala produkter

Kvalitet (hantverksmässigt)

Unika produkter

Utställning – variation

Levande Centrum

Affärsutveckling med Blue Ocean Strategi

Nuläge

Tänk om

Värdera och välja

Planera och genomföra

Affärsidé

Tänka ur kundens perspektiv

Steg 1

- Bild av nuläge
- Kundens synvinkel
- Viktiga konkurrensfaktorer, vad satsar dom på ?
- Befintliga kunder. Vad värderar dom ?
-

RÖD OCEAN

Samma kunder ex banker eller försäkringsbolag

Samma produkter

Samma kundnytta

Röd ocean strategi

Alla använder samma "vapen"

Nya konkurrenter tar marginalen

Priset avgör ofta

Svårt att bli vinnare

Blue Ocean

Skapa ny marknad
Kombinera nytt och gammalt
Både kunder och produkter

Vad utmärker verksamheten ?

Faktorer för kunden

Centralt läge och bra parkering	
Lokalt producerat hantverk	
Unika produkter	
Biljettförsäljning	
Brett sortiment	
Breda prisnivåer	
Skyltfönstret och omflyttning av alster i butiken	
Nya utställning i galleriet	
Café	
Kunnig engagerad personal	
Fräscht och rent i lokalen	
Öppettider	

Nuläge Konkurrenter

- Titta på de viktigaste konkurrenterna
- Var befinner dom sig ?
- Har dom samma faktorer och samma prioriteringar ?

Konkurrenter

- Inredningsbutiker
- Butiker i Göteborg
- ICA Hindås
- Internet

Kundundersökning till nästa tillfälle 30/11
Skapa en enkät, byggt på "faktorer för kunden"
Vad är viktigt för kunden ?
Alla medlemmar besvara också formuläret

Tilläggsfrågor om
saknad produkt
kön,
åldersintervall.

Vilka är de befintliga kunderna ?
Vilka önskas ?

Vad skall vi lägga till ?, öka ?, minska? Ta bort ?

Sammanfattning av dagens träff

Det är viktigt att få in de "kunder" som går förbi.
Hur skall vi få folk att komma in i butiken.
Vidga vårt tankesätt
Kundens perspektiv viktigt.

Utmaning till nästa tillfälle

Slipa på faktorerna, vilka är mest centrala ?
Bestäm vilken nivå vi ligger på !
Titta på konkurrenter
Fråga befintliga kunder
Fyll i Grafen !

Eva skickar Excel-filen till Mette, som sedan konstruerar en enkät .