• HVAD SKAL DU SVARE PÅ?

Er din idé bæredygtig — både i markedet *og for dig?*

01

KUNDEPOTENTIALE

Er der overhovedet nok mennesker derude, som passer på din målgruppe?

02

EFTERSPØRGSEL

Leder de aktivt efter en løsning — eller skal du selv vække behovet?

03

BETALINGSVILLIGHED

Er problemet vigtigt nok til, at de vil betale for at få det løst?

KRITERIUM **ÉT AF TRE**

01

BIZ BUILDER · MODUL 02

• KRITERIUM ÉT

Kundepotentiale.

Begynd med at se størrelsen af markedet i øjnene. Et lille potentiale er ikke en dødsdom — men det skal du vide.

- Hvor stor er målgruppen reelt?
- Sælger andre allerede til den?

01

• KUNDEPOTENTIALE

Hvor mange tror du realistisk, findes *i din målgruppe?*

Skriv det første ærlige bud ned. Et tal — ikke en følelse.

DIT SVAR

TAL · ESTIMAT

02

• KUNDEPOTENTIALE

Kan du finde *1–3 andre*, som sælger noget lignende?

Det er et godt tegn — ikke et problem. Et marked uden konkurrenter er som regel et marked uden kunder.

TRE KONKURRENTER / LIGNENDE TILBUD	NAVN · HVOR

02

• KRITERIUM TO

Efterspørgsel.

Et marked uden efterspørgsel er bare en gruppe mennesker. Find tegn på, at nogen allerede leder.

- Leder de aktivt?
- Hvad gør de imens?

03

• EFTERSPØRGSEL

Er der nogen, som *leder efter* en løsning på noget lignende, som du tilbyder?

Tænk i konkrete tegn: opslag, søgninger, samtaler, spørgsmål på arbejdspladsen.

TEGN PÅ EFTERSPØRGSEL	HVOR · HVOR OFTE

04

• EFTERSPØRGSEL

Hvad gør din målgruppe *i dag*, hvis de ikke kan finde en løsning som din?

Lever de med problemet, laver de en halv løsning selv, eller betaler de allerede for noget, der ikke helt rammer?

HVAD DE GØR LIGE NU

ADFÆRD · WORKAROUND

03

• KRITERIUM TRE

Betalingsvillighed.

Smerten skal være stor nok til, at nogen vil række pungen frem. Og indtægten skal være stor nok til, at du vil stå op til den.

- Hvad koster problemet dem?
- Hvad får du i den anden ende?

05

• BETALINGSVILLIGHED

Hvad koster problemet dem i *tid, penge, energi og livskvalitet?*

Og hvor vigtigt er det for dem at få det løst? Jo større pris, jo større betalingsvillighed.

PRISEN PÅ PROBLEMET I DAG

TID · PENGE · ENERGI · LIVSKVALITET

06

• BETALINGSVILLIGHED

Hvad kunne din *månedlige indtægt* realistisk være?

Du arbejder videre med tallene i en senere lektion — giv dit bedste bud her, og lad det stå.

REALISTISK MÅNEDLIG INDTÆGT

DKK · PR. MÅNED

07

• BÆREDYGTIGHED FOR DIG

Er det en økonomi, som du *kan se dig selv i?*

Ærligt. Ikke hvad der lyder pænt — hvad du kan leve med på den lange bane.

DIN ÆRLIGE VURDERING

JA / NEJ · HVORFOR

DET SIDSTE SKRIDT

04

BIZ BUILDER · MODUL 02

KONKLUSION

Saml det — og tag stilling.

Kig på alle dine svar ovenfor. Vej dem mod hinanden, og lad dig selv lande et sted.

- FOR og IMOD
- Justeringer
- Go / No Go

• VEJ ARGUMENTERNE

Når du kigger på alle dine svar — hvad *taler så*?

• ARGUMENTER

Hvad taler *FOR* din idé?

De stærkeste signaler fra dine syv svar.

• ARGUMENTER

Hvad taler *IMOD* din idé?

De røde flag du ikke skal feje væk.

• INDEN DU BESLUTTER

Hvilke *justeringer* skal du foretage til din idé — nu?

Små ændringer kan flytte en idé fra No Go til Go. Skriv dem her, før du beslutter.

• DIN KONKLUSION

Hvad er din *beslutning?*

Vælg ét. Du må gerne komme tilbage og ændre den — men i dag, lige nu, hvor lander du?

○ **GO**

JEG GÅR VIDERE MED IDÉEN.

○ **NO GO**

TILBAGE TIL TEGNEBRÆTTET.

• EN SIDSTE TANKE

Brænd igennem med din faglighed — i stedet for at brænde ud som fastansat.