Bliv skarp på *dit produkt.*

2.3

MODUL
2.3 · Produktet

TID
45–60 minutter

FORMAT
Individuel refleksion

OUTPUT
Én skarp formulering

• HVAD DU SKAL KUNNE SVARE PÅ

Bliv knivskarp på *fire ting* — fundamentet for alt andet.

01

PRODUKTET

Hvad du sælger, og hvordan det leveres.

02

BEHOVET

Hvilket problem din kunde står med lige nu.

03

VÆRDIEN

Hvad der ændrer sig i kundens liv.

04

TRANSFORMATIONEN

Kundens rejse fra A til B.

DEL ÉT AF TRE

01

BIZ BUILDER · MODUL 2.3

• DEL ÉT

Hvad sælger du?

Start med produktet selv. Hvad er det helt konkret — og hvordan ender det i kundens hænder?

Hvilken type produkt?
Hvordan leveres det?
Hvordan produceres det?

• PRODUKTET

01

Hvad *sælger* du?

Sæt kryds. Det er okay at sætte flere – fx en digital løsning leveret som en personlig ydelse.

☐ Et fysisk produkt
Noget håndgribeligt, der sendes eller udleveres.

☐ En digital løsning
Software, app, online kursus, skabelon.

☐ En personlig ydelse
Din tid, din ekspertise, din tilstedeværelse.

• PRODUKTET

02

Hvordan *leveres* det?

Måden, det ender hos kunden — afgør både prissætning, kapacitet og oplevelse.

- [ ] Online
- [ ] Fysisk
- [ ] 1:1
- [ ] Abonnement
- [ ] Forløb
- [ ] *Andet — skriv:*

• PRODUKTET

03

Hvordan *produceres* det?

Hvis relevant. Hvem laver hvad — og hvad sker der mellem bestilling og levering?

PRODUKTIONSFLOW

HVEM · HVAD · HVORNÅR

DEL TO AF TRE

02

BIZ BUILDER · MODUL 2.3

• DEL TO

Hvilket behov dækker du?

Et godt produkt rammer et reelt behov. Find det – både det rationelle og det følelsesmæssige – og forstå, om kunden allerede ved, hun har det.

Problemet kunden står med
Erkendt eller ikke erkendt?
Konkrete og følelsesmæssige behov

• BEHOVET

04 Hvilket *problem* står kunden med lige nu?

Beskriv det i kundens egne ord. Hvad er det, hun bøvler med, før hun møder dig?

KUNDENS PROBLEM — I HENDES ORD

FRUSTRATION · FORHINDRING

• BEHOVET

05

Er behovet *erkendt* — eller skal du vække det?

Det afgør hele din kommunikation. Et erkendt behov sælges. Et ikke-erkendt behov skal først ses.

○

Erkendt — kunden leder allerede

Du møder hende, mens hun søger en løsning. Salg handler om at vise, du er den rigtige.

○

Ikke erkendt — jeg skal vække det

Kunden ved ikke, hun har problemet. Du skal først gøre det synligt — derefter løse det.

• BEHOVET

06

Hvilke *konkrete* behov dækker du?

De målbare, ydre behov. Sæt kryds ud for dem, der passer — og skriv selv flere på.

- [ ] Spare tid
- [ ] Tjene flere penge
- [ ] Tabe sig
- [ ] Få struktur
- [ ] Forbedre forhold
- [ ] *Andet — skriv:*

• BEHOVET

07 Hvilke *følelsesmæssige* behov dækker du?

De indre behov. Det er som regel her, beslutningen reelt bliver truffet.

- [ ] Tryghed
- [ ] Anerkendelse
- [ ] Ro
- [ ] Status
- [ ] Selvtillid

03

• DEL TRE

Værdi & transformation.

Værdi er ikke det du leverer. Værdi er det, der ændrer sig i kundens liv, fordi du leverer det.

Hvad oplever kunden?
Hvad ændrer sig konkret?
Fra A til B

• VÆRDIEN

08

Hvilken *værdi* oplever kunden — og hvad ændrer sig i hendes liv?

Tænk konkret. Hvad kan hun, har hun, eller mærker hun bagefter, som hun ikke kunne før?

VÆRDIEN FOR KUNDEN

HVAD ÆNDRER SIG · HVORDAN

• TRANSFORMATIONEN

09

Beskriv kundens transformation *fra A til B.*

A er kundens situation før din ydelse. B er kundens situation efter. Vær konkret – det er kontrasten, der sælger.

A

FØR — KUNDENS SITUATION I DAG

B

EFTER — KUNDENS SITUATION HOS DIG

04

• KONKLUSION

Find dit hovedområde — og sig det skarpt.

Til sidst placerer du dig. Hvilket område arbejder du primært indenfor — og hvordan lyder dit produkt, sagt på ét enkelt åndedrag?

Hovedområde
Den skarpe formulering

• HVILKET OMRÅDE ARBEJDER DU PRIMÆRT INDENFOR?

Vælg dit *hovedområde.*

Du må gerne røre flere – men der er altid ét, der bærer mest. Det er dér, du skal turde stå.

○ ØKONOMISK GEVINST

Mere indtjening, mindre spild, bedre overblik over økonomien.

○ FORHOLD & RELATIONER

Bedre forbindelser – til andre, til sig selv, til sit liv.

○ SUNDHED

Krop, hoved, energi, balance – og det at have det godt.

• SAML DET HELE I ÉT ÅNDEDRAG

Sig dit produkt på *tre linjer.*

Den her sætning skal du kunne sige i en elevator, ved et middagsbord, og første gang en kunde spørger.

PROBLEMET

Du løser ...

VÆRDIEN

Kunden får ...

RESULTATET

Kunden opnår ...

EN SIDSTE TANKE

*Et skarpt produkt sælger sig selv — fordi kunden kan høre, at det er **hende**, du taler til.*