60 RÅD & TANKER FOR BUSINESSDAMER MED AMBISJONER



Girl ON Fire

VERDEN VENTER!

Til deg som våger å drømme



Disse 60 korte tekstene er skrevet til deg som er på vei opp og fram i din bedrift, og som trenger input på veien mot hverdagen du ønsker deg.

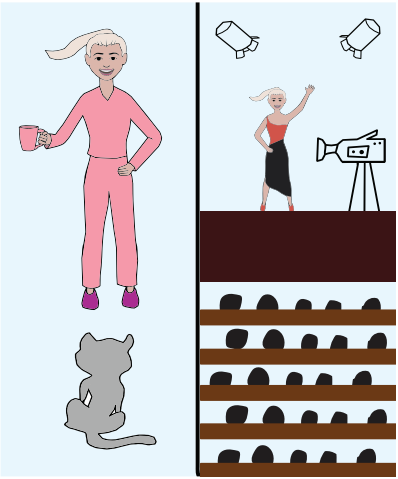
Etter å ha vært lidenskapelig oppslukt av business og selvutvikling i mange år, vet jeg at de to er uadskillelige; du kan ikke bygge en suksessbedrift uten å selv vokse som menneske. Derfor presenterer jeg her tips som omhandler deg og bedriften din på samme tid.

Boken er ikke laget bare for å inspirere, men for å få deg til å gjennomføre planene dine, så du kan få det livet du vet du kan oppnå hvis du bare gjør jobben som må til.

Verden venter!

- Hilde Kloppbakken

DRØMMEN: HUN DAMA SOM KAN

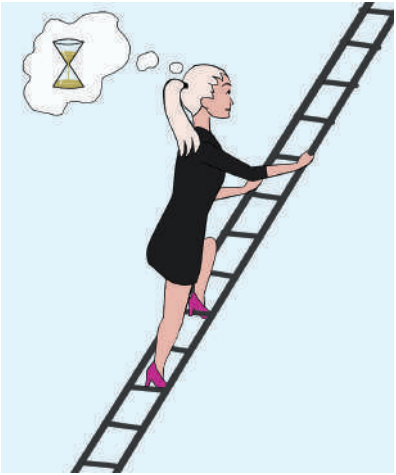


Det finnes ingen bedre selvutviklingsverktøy enn å starte sin egen bedrift. Alle usikkerheter kommer opp til overflaten og vil kreve at du løser opp i dem.

Hva er det du egentlig vil? De aller fleste tør ikke engang drømme, for vi anser drømmene som uoppnåelige, og vi vil ikke gi oss selv falske forhåpninger. Grunnen til at vi ikke ser Drømmen som oppnåelig, er at vi ***ikke ser oss selv som mennesker som kan nå den.***

Men drøm stort! Og spør deg selv: "Hvem må jeg bli for å kunne oppnå dette? " Bruk businessen din som det glimrende verktøyet det er til å bli den du ønsker å bli, hun som kan!

Tillatelsesfellen



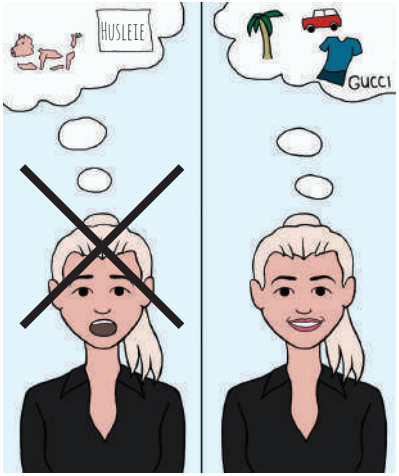
Ikke vent på tillatelse til å ta neste steg!

Mange gründere venter ubevisst på en tillatelse til å ta neste steg. De venter gjerne på en sertifisering, et kursbevis, et diplom en eller annen godkjenning.

Vi er vant til fra barnehage, skole og arbeidslivet at noen gir oss beskjed når vi er klare for neste avdeling, neste klasse, neste forfremmelse. Men som gründer har du ingen sjef som kan gi deg klarsignal, så slutt å vente.

Du må gi deg selv tillatelse! Nå! **Du** er sjefen!

Optimisme



Tenk POSITIVT! Tenk på det som kan gå bra, ikke det som kan gå galt!

Vi er genetisk tilbøyelige til å tenke på alt som kan gå galt. Alt vi kan tape, alt vi kan gjøre feil. Men om du trener på å heller fokusere på det som kan gå bra, er du godt på vei!

Fra: Tenk om det ikke går?
Til: Tenk om det GÅR?

Hva vil da bli mulig?

DITT SIGNATURSYSTEM



Det du vet er *ikke* åpenbart for alle, selv om du kanskje tror det. Og det er nettopp de tingene som er "freakin' obvious" for oss vi er her for å lære andre.

Har du hørt om "The curse of knowledge"? Det oppstår når du vet noe andre ikke vet, og du har glemt hvordan det var å ikke vite. Derfor er det fort gjort å tro at andre vet like mye som oss, selv om det ikke stemmer. Så lag et system for å hjelpe andre!

Selv om motparten kanskje kan mye om temaet ditt, kan de likevel være interesserte i å høre om ditt syn på saken. Hvis de liker deg og stilen din, vil de også være interesserte i å følge programmet du har satt sammen. Så sett sammen et signatursystem og bli rå på å levere det, så vil du spare tid og energi, og bli ekstremt dyktig på akkurat ditt område.

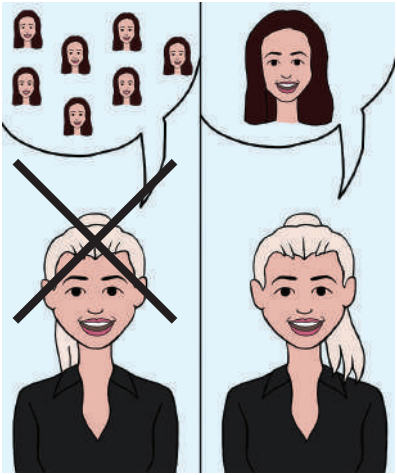
TIPPEPUNKTET



Det å starte opp en bedrift er TUNGT i begynnelsen. Og det kan føles ganske trått når ingen kjøper av deg, ingen kommenterer på bloggen og det føles som du snakker ut i tomme lufta og ingen hører på. Det føles som å dytte en kampestein opp en fjellside. Det er tungt.

Men en dag vil du komme til bakketoppen: Folk vil oppdage deg og begynne å anbefale deg. Ting vil begynne å gå av seg selv, og steinen vil forvandles til en lekker sportsbil som du kan suse nedover i. Så bare fortsett å dytte!

Kommunikasjon



Når man tenker at man skriver eller snakker til en stor gruppe mennesker blir det vanskeligere å kommunisere naturlig, fordi man automatisk vil prøve å tilpasse seg alle.

Men om du velger ut *en* mottaker (venninne/drømmekunde) som du tenker at du snakker til når du skriver markedsføringstekster, vil alt bli mye enklere.

Dette tar bort presset, og du vil få en klarere, mer ekte og mer naturlig kommunikasjonsstil som vil treffe kundene dine mye bedre.

Du kan også bruke kundens egne ord, og gå inn i diskusjonen som allerede foregår i hodet hans/hennes. Da vil det føles som om du snakker direkte til drømmekunden.

PRISSETTING



Mange nye gründere er redde for å ta skikkelig betalt for det de gjør, men dersom du vet at du leverer kvalitet, er det helt ok å be om penger!

Prissettingen er med på å posisjonere deg, og det er også en måte å sørge for at du kan levere knallgode løsninger slik kunden fortjener, rett og slett fordi du med høyere priser kan ta deg tid til å jobbe grundig og bruke de beste råvarene/verktøyene etc.

Hvis du ikke tar godt nok betalt vil du:
- Få kunder som ikke bryr seg om produktet
- Ende opp med å mislike kundene dine
- Slite deg ut for småpenger
- Ikke kunne levere dine unike gaver på beste måte
- Snyte verden for dine gaver

... og det er det ingen som tjener på!

PERSEPSJON

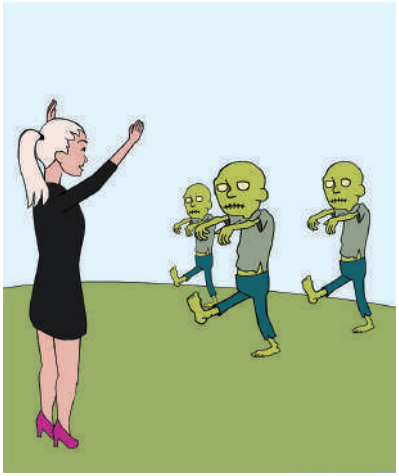


Markedsføring handler om persepsjon. Det vil si at det du sier om deg selv, vil bli det kundene oppfatter om deg.

Så hvis du sier at du er den beste, vil du bli oppfattet som den beste. Sier du at du kan X og Y, vil kundene dine tro på det.

Så, hva ønsker du å si om deg selv gjennom det du skriver, sier, skaper og deler?

FRYKTENS KRAFT



Har du sett tv-serien The Walking Dead? Hvis du har det vet du at zombiene er frastøtende og skumle i begynnelsen, men du blir snart vant til dem, og etter en stund er de ikke skumle lenger. De bare *er*.

– Slik er det med fryktene dine også. Ta deg tid til å kartlegge og bli kjent med dem, ja *omfavn* dem, så vil du se at fryktene ikke lenger er så skumle. De vil miste sin kraft.

"Facing your fears robs them of their power"
– Mark Burnett

BETA-TESTING



Skal du sette sammen et program eller kurs? Kjør en betatest før du lanserer det offentlig!

- Finn en gruppe kunder som er villige til å bli med å teste til redusert pris
- Lag programmet underveis i testperioden
- Testerne får rabatt, du får testet markedet og får feedback på innholdet og leveringen
- Slik kan du justere og bli supergodt forberedt til den offentlige lanseringen
- Du vil få selvtillit, kundereferanser og et program du vet fungerer!

= Gull når du skal lansere på ordentlig!

EN BEDRE VERSJON

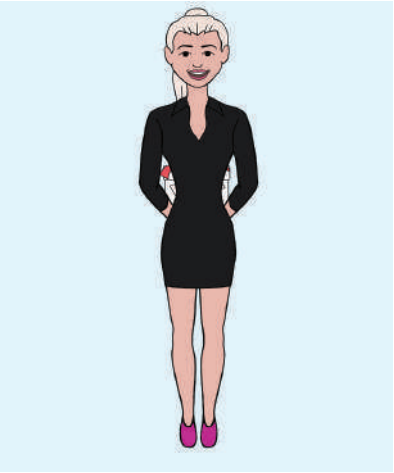


Når vi kjøper en vare, kjøper vi ikke egentlig varen, men en bedre versjon av oss selv.

- Du kjøper en iPhone for å bli effektiv
- Du kjøper håndkrem for å bli myk
- Du kjøper kjole for å se bra ut
- Du kjøper pute for å bli avslappet
- Du kjøper et kurs for å bli dyktigere i noe

Du kjøper altså ikke egentlig produktet, men en ***forbedret versjon av deg selv***. Så husk å legge vekt på den forbedrede versjonen av kunden i din markedsføring – ha fokus på *resultatet*.

DEL DIN GAVE



Har du tenkt på at når du ikke deler gaven din med verden, er du selvopptatt og stjeler fra de som trenger deg aller mest?

Ikke snyt verden for dine gaver. Kanskje sitter noen og søker etter det du har uten å finne det akkurat NÅ! Så legg bort egoet, finn frem empatien din og lag tilbud du *vet* kan hjelpe folk.

Du gjør kunden en tjeneste ved å markedsføre aktivt til han/henne.

Hvem er du takknemlig for at delte sine gaver med deg?

VÆR MODIG



Den som våger å være tydelig og klar i sin kommunikasjon, vil bli belønnet med kunder som tror på en.

Den som har kunder som tror på en, vil kunne lede med autoritet, tiltrekke seg flere kunder, mer penger og en høyere status i sin bransje.

Ikke spytt i badekaret og bli frustrert over at vannstanden ikke øker!

Våg å være modig!

TAKLE DÅRLIGE DAGER



Ha kriseløsninger klar til dårlige dager. Hva kan du gjøre for å komme deg ut av mørket?

Tenk gjennom hva du kan gjøre med din fysikk, ditt psykiske/mentale miljø og omgivelsene dine for å løfte energien din når du er langt nede i kjelleren.

Lag en liste over ting som kan løfte deg, og ***gjør det som står på listen*** – selv om du garantert ikke har lyst.

Du vil bli litt sterkere for hver gang du klarer å komme deg opp igjen.

100% ANSVAR



Ingen kommer til å spasere inn i livet ditt og gjøre deg rik og suksessfull. Du må ta 100% ansvar selv. Ingen unnskyldninger. Ingen offermentalitet.

Du må gjøre jobben selv, ellers vil du ikke komme noen vei.

Jo før du innser det, jo før vil du sitte midt i drømmen din med et glass vin.

INVESTER I FREMTIDEN

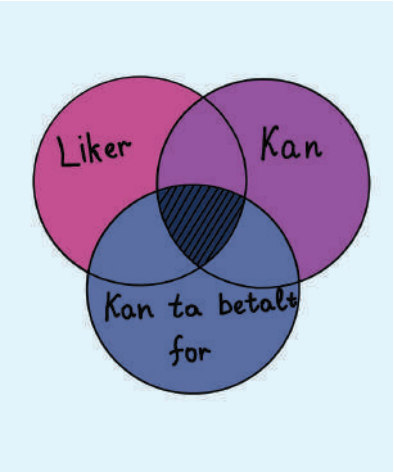


Design, kjøp og invester for ditt fremtidige mål. Da vil du vokse fortere, spare penger i det lange løp og fremstå mer profesjonell gjennom hele prosessen.

Er målet å omsette for en million? Tenk da på hva en millionbedriftseier ville gjort, og gjør det samme (innen rimelighetens grenser). Invester derfor i design, visittkort, klær etc. som matcher målet ditt.

Du vil gi godt inntrykk underveis i vekstprosessen, og aktivere loven om tiltrekning.

THE HEDGEHOG CONCEPT



Det mest sentrale spørsmålet når man driver en bedrift er: Hva skal jeg selge?

Svaret ligger i overlappingen mellom:
- Hva liker jeg å gjøre?
- Hva kan jeg/hva er jeg god til?
- Hva kan jeg ta betalt for?

Alle suksessfulle bedrifter og produkter ligger i denne overlappingen. Overser du en av disse tre, vil du ende med en hverdag du ikke trives med, en bedrift uten kunder eller en bedrift uten penger, så ta hensyn til alle tre!

INTERNE/EKSTERNE MÅL



Eksterne mål er mål som ligger utenfor oss selv, men er synlige for andre, som rikdom, skjønnhet og berømmelse.

Interne mål ligger i oss selv, og er usynlige. De er glede, fred og kjærlighet.

De eksterne målene gir tilfredsstillelse en kort stund, før de dabber av. De interne målene er de som gir sann tilfredsstillelse over tid.

Det er alltid de interne målene vi ***egentlig*** vil oppnå.

TYDELIG NISJE



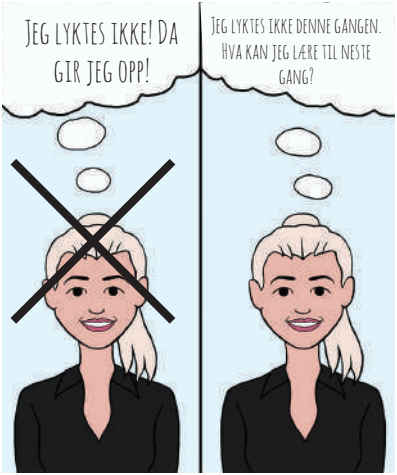
Vær tydelig på hva du selger og hvem som er dine kunder.

Prøver du å selge alt til alle, vil du ikke nå noen.

Men dersom du retter deg mot ***en*** type kunde, eller spesialiserer deg på ***ett*** produkt, vil du nå ut i mye større grad, og du vil kunne ta høyere priser, fordi du er en spesialist.

"A confused mind doesn't buy"
- Ali Brown

GRIT

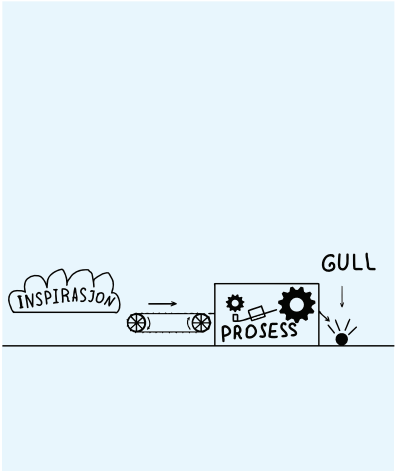


Hemmeligheten bak suksess har blitt definert med ordet "grit", altså evnen til å prøve, feile, lære og prøve igjen uten å miste motet.

Den som ikke ser på en feil som et nederlag, men som tar det som læring og fortsetter å prøve, vil aldri virkelig feile, kun lære.

Og en dag vil du lykkes, og da vil alt være verdt det!

INFORMASJONSFILTRERING



Som gründer er det viktig å ha evnen til å ta inn mye informasjon og inspirasjon, og sile ut det som er relevant og føles riktig for oss.

På samme måte som gullgravere må jobbe seg gjennom mye jord for å finne gullet, må gründere ta inn mye stoff for å hente ut akkurat det som er verdifullt for oss.

Det er ikke “information overload”, det er “gold mining”.

OPT-IN GAVER

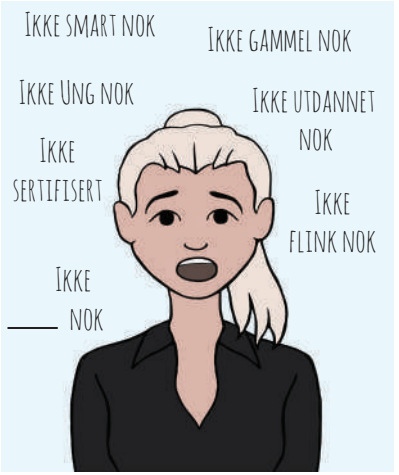


Når en kunde kommer på nettsiden din, er det som om han eller hun kommer på besøk hjemme hos deg. By han eller henne på "en kopp kaffe" i form av en verdifull opt-in. La vedkommende bli kjent med deg og hva du kan tilby, helt uten å forvente noe tilbake.

Slik kan du starte et langvarig kundeforhold som er verdifullt for begge parter.

Og du? Sørg for at kaffen er *den beste du har*, at den serveres i en nydelig kopp og at du følger opp i etterkant!

BEDRAGERSYNDROMET

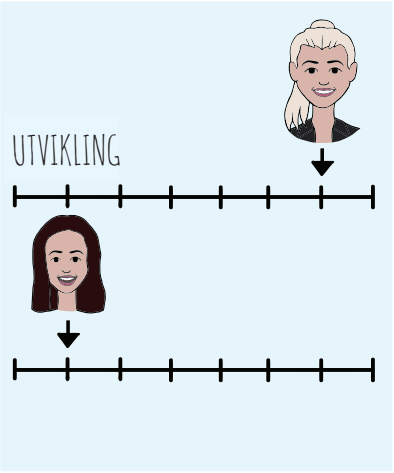


I det øyeblikket du tar steget inn i en rolle hvor det forventes at du er flink til noe eller at du kan lære bort noe, vil følelsen av å ikke være god nok ofte dukke opp.

Hodestemmen som sier " du er ikke _____ nok", er oftest bare en illusjon, men en veldig standhaftig en! Den omtales som "the imposter complex", eller "bedragersyndromet" på norsk. Forskning viser at kvinner opplever dette i mye større grad enn menn.

Følelsen kan ramme alle, uavhengig av faktisk kompetanse.

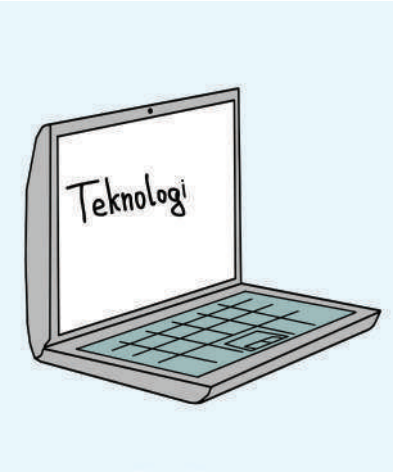
RELATIV EKSPERTISE



Din ideelle kunde er ofte noen som er som deg for et par år siden. Hvis du har kommet over noen utfordringer, er drømmekunden din gjerne noen som står midt i de samme utfordringene. Du kan hjelpe han/henne.

Du er en "ekspert" på å komme over de aktuelle problemene, ganske enkelt ved å ha kommet over kneika selv. Du trenger ikke ha en sertifisering eller annet bevis på din ekspertise – så lenge du er et steg foran kunden din, er du en relativ ekspert, og det er ofte akkurat det kunden trenger.

TEKNOLOGI



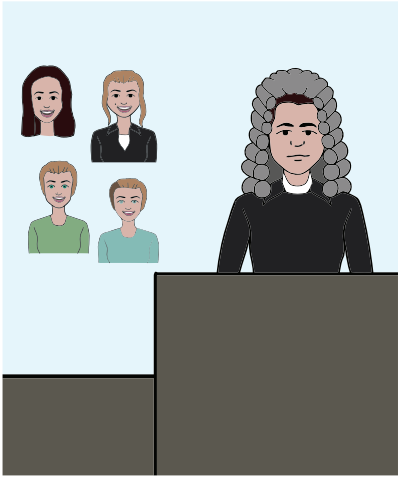
Teknologi er vårt store fortrinn!

Vi er ganske enkelt ikke vant med muligheten teknologien gir enda, men hvis du er villig til å benytte teknologien til det ytterste, vil du få et enormt fortrinn!

Du kan automatisere, nå mange flere mennesker over hele verden, outsource oppgaver, lage ting som ikke før var mulig...

Mulighetene er enormt spennende, og den som benytter sjansen vil vinne på det.

DEN FALSKE DOMMEREN



Vi har ofte en følelse av at det ett eller annet sted sitter en dommer og en jury og vurderer oss, det vi sier og produktene vi selger.

Men vet du hva? Det finnes ingen dommer! Det finnes ingen jury! – Du har rett til å gjøre stort sett akkurat som du vil!

Whoa!

STERKE SIDER

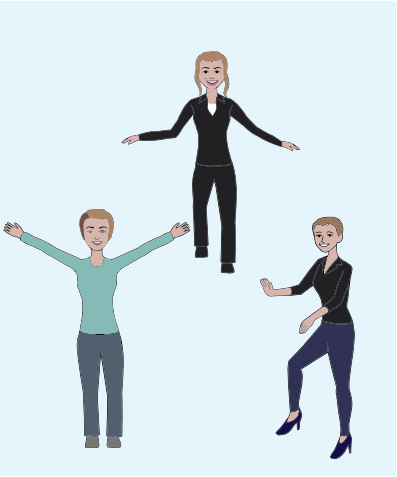


Fra skolen er vi vant til å fokusere på de svake sidene våre. De fagene vi allerede er gode i blir gjerne nedprioritert til fordel for fag vi er svakere i, i håp om å styrke dårlige karakterer.

Resultatet er at alle blir middelmådige på alt, vi mister selvtillit, og det du virkelig er god på mister fokus – kanskje går det helt i glemmeboken.

Som gründer bør du glemme denne tankegangen og heller fokusere på dine sterke sider. Mye enklere og mer moro for deg, mye mer verdifullt for kundene!

MEDMENNESKER



Har du tenkt på hvor vanskelig det er å sette i gang å danse på et tomt dansegulv? Og hvor naturlig det er å slenge seg med når dansegulvet er fullt?

Slik er det med gründerskap også: Det er mye enklere å ta sjanser, lage produkter, lage videoer og promotere seg når man omgir seg med andre mennesker som gjør det samme!

Jim Rohn sa: "Du bli gjennomsnittet av de 5 menneskene du tilbringer mest tid sammen med". Så sørg for å omgi deg med mennesker du ønsker å bli som!

KOMFORTSONEN



Jeg skal vedde på at de mest givende tingene du har gjort har krevd at du gikk ut av komfortsonen din på en eller annen måte. Det skjer nemlig ikke noe spennende og givende i komfortsonen!

Komfortsonen er et fantastisk sted for den som ikke har noen mål – men det gjelder jo ikke deg.

Hvis du ikke gjør ting som skremmer deg, kommer du ingen vei. Du kommer ikke til å ha lyst til å gå ut av sonen (det kalles jo komfortsonen av en grunn), men gjør det likevel!

KALLET



Kjenner du kallet? Den lille stemmen som oppfordrer deg til å strekke deg mot drømmene dine?

Lytt til beskjeden, og ta den til hjertet. For hvis du ikke lytter når beskjeden kommer som kilingen av en fjær, vil den bli levert på stadig tydeligere måter, helt til universet slipper an ambolt i hodet ditt for å få deg til å lytte.

Prolapser, utbrenthet, depresjoner og andre uhyggelige ting kan bli følgene av å ikke lytte. Så lytt, før du blir tvunget til det!

STYRKER OG VERDIER

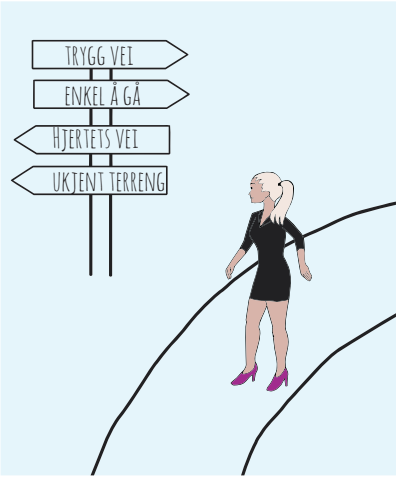


Når du tar frem styrkene og verdiene dine og bruker dem for alt de er verdt i bedriften din, vil livet bli så uendelig mye enklere. Du vil helt naturlig være dyktig i jobben din, fordi du har bygget den opp rundt noe du er god på.

Livet blir enklere, mer stressfritt og mye morsommere for deg, og produktet ditt langt mer verdifullt for kundene dine.

I samme slengen vil du stråle og løfte rommets, dine medmenneskers, og verdens energi. Takk for at du bruker dine styrker!

DIN VEI

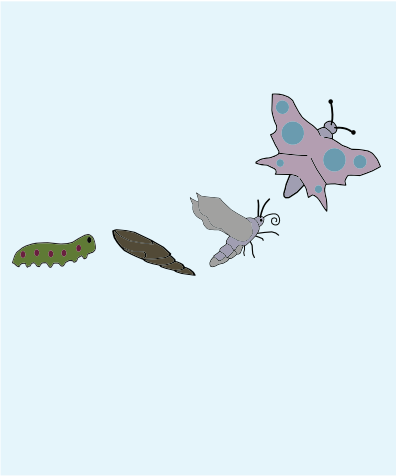


Du kan velge den trygge veien. Den er behagelig å gå, asfaltert og mange andre har gått her før deg. Denne veien er helt grei, men er kanskje litt kjedelig.

Du kan også velge hjertets vei. Den går langs bratte stup, over slimete myrer, og gjennom tåkefylte skoger. Denne veien er full av ukjente utfordringer, og slettes ikke for pyser. Men du verden for en utsikt!

Valget er ditt.

INSEKTSSUPPE



Føler du deg forvirret, stillestående og "uferdig" i din business? Da er disse sitatene til deg:

"Just when the caterpillar thought the world was over, it became a butterfly"
- Anais Nïn

"You're basically bug soup"
- Martha Beck

Du er ikke alene, du er ikke dum, du er ikke håpløs. Du er på vei. Ta tiden du trenger.

GRÜNDERLABYRINTEN



Business er som en labyrint. Du vil komme innom mange blindveier, du vil møte noen tilbakeslag, gå i noen feller, bli distrahert og komme ut av sporet.

Men ett eller annet sted i labyrinten finnes suksessen, og du vil kjenne lukten av den hele tiden. Noen ganger sterkt, andre ganger svakt. Du må bare fortsette å jobbe, for før eller siden vil du finne suksessen, og den vil smake ***godt***!

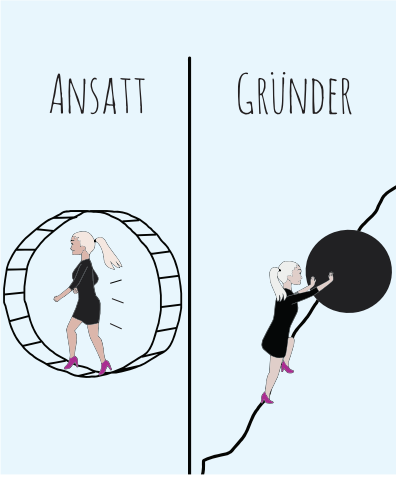
Suksess



Når du lykkes, vil folk si "Ja, det var jammen flaks!".

Du vil vite at det var vel ikke helt slik det foregikk...

ANSATT VS. GRÜNDER

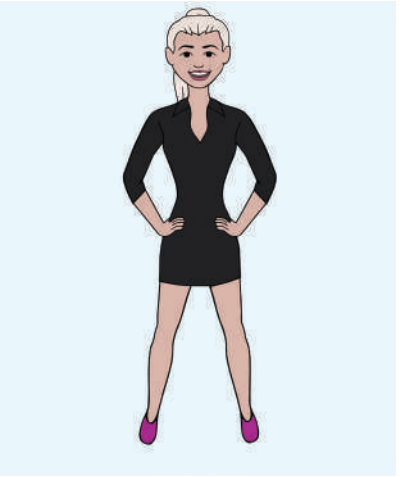


Å skape noe eget kan føles som å dytte en kampestein opp et fjell, men å være ansatt føles som å løpe i et hamsterhjul uten å komme noen vei.

Det ene er enkelt (og stressende!), men får deg ingen vei. Det andre er tungt, men du er i det minste på vei oppover!

Hva foretrekker du?

KROPPSSPRÅK OG SELVSNAKK

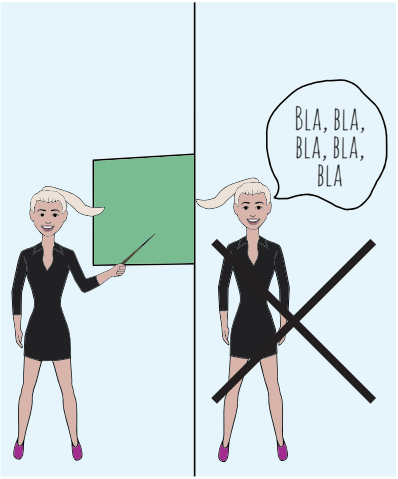


Kroppsspråket ditt påvirker deg ***mye*** mer enn du kanskje er klar over. Vær oppmerksom på holdningen din, for den kan være det som får deg til topps eller holder deg tilbake! Rett opp ryggen, og stå som superwoman når du kan!

Selvsnakket er også superviktig å ta tak i. Hva sier du til deg selv? Bli oppmerksom på dette også, og jobb, jobb, jobb med stemmen som snakker inne i ditt eget hode - sørg for at den er hyggelig mot deg.

Dette virker kanskje som små, ubetydelige ting, men de har ***enorm*** effekt i det lange løp!

SHOW, DON'T TELL

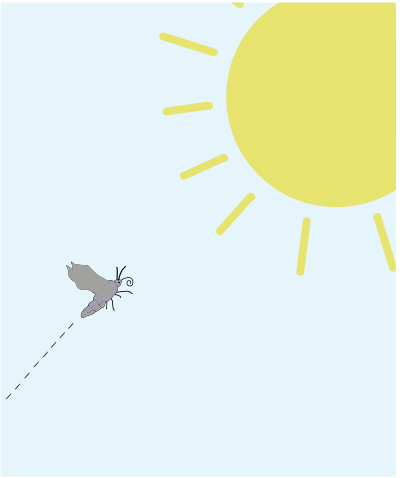


Vis kundene dine hvorfor du er fantastisk, ikke bare fortell dem det!

Bruk:
• Case studies
• Kundeomtaler
• Smakebiter på arbeidet ditt
• Gratisprøver
• Bilder/videoer av deg i aksjon
• Etc

Til å selge for deg!

NATTSVERMERKONSEPTET

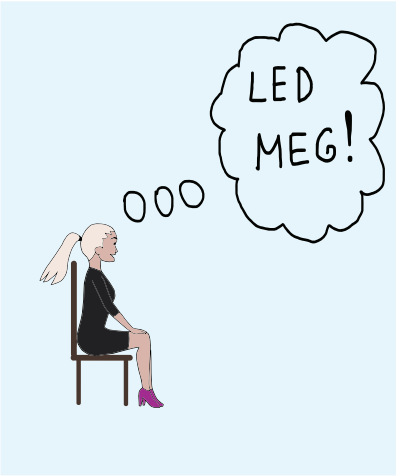


Er du usikker på i hvilken retning du skal gå?
Føler du deg lost på din gründervei?

Ta det med ro, det er helt vanlig.

Bare gjør som nattsvermeren; fly mot lyset!
Søk mot det du føler er riktig og som gjør deg ivrig. Det er *alltid* riktig retning.

LEDERPARADOKSET

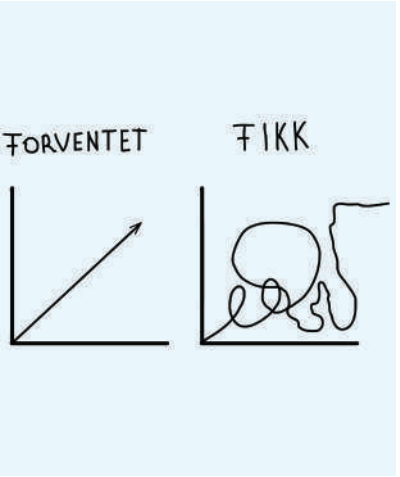


Når vi starter en egen bedrift, har vi ikke lenger noen som leder oss (jippiii!), men vi har alltid vært vant med å ha en leder. Så det er lett å ubevisst lete etter en forelder/lærer/sjef til å lede oss.

Mange ender opp med å ta masse kurs, seminarer og workshops for å ha noen til å lede seg for en stund.

Å lære noe nytt er alltid bra, men ikke gå i fella og bruk masse tid på kursing dersom du ikke implementerer det du lærer. Da kaster du bare bort tiden.

REALITY CHECK



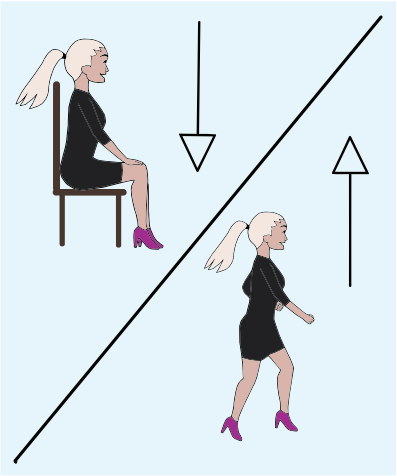
Suksess er aldri en rett linje.

Mange tror de kan lage en forretningsplan, holde seg til den og så vil alt gå på skinner, men de fleste erfarer at slik er det ikke.

Så ikke bli forfjamset om din businessvei vil være humpete, gå opp og ned og rundt i ring. Du vil nemlig endre mening. Du vil få nye ideer. Verden rundt deg vil endre seg. Planen din vil måtte endres og justeres underveis.

Slik er det for alle, så heng på!

ACTION FOR KLARHET

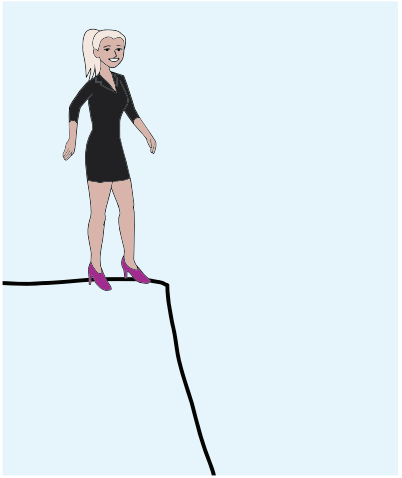


Klarhet kommer med action.

Inaktivitet gir angst og uro, og gjør deg forvirret. Ikke prøv å tenke deg mindre forvirret, det vil kun virke mot sin hensikt. Gjør ting, skap noe, ta neste steg, vær i aktivitet, så vil informasjonen og klarheten du trenger komme til deg etter hvert.

"Inaction breeds doubt and fear. Action breeds confidence and courage. If you want to conquer fear, do not sit home and think about it. Go out and get busy."
- Dale Carnegie

INDIANA JONES-KONSEPTET



Mot er å gå ut over stupet og stole på at broen *vil* dukke opp (Som Indiana Jones *Leap of Faith*).

Det er noe av det skumleste du noensinne vil komme til å gjøre, og du blir vant til det.

Etter hvert vil du slutte og se ned; du vil løfte blikket og se fremover!

LIVET FØRST, BUSINESS ETTERPÅ

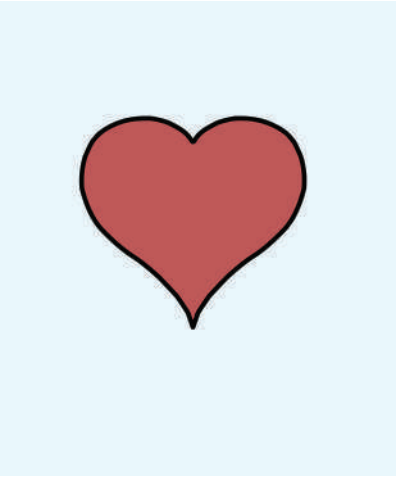


En stor del av det å starte og drive en suksessfull bedrift handler om å bli kjent med deg selv, slik at du kan bygge en bedrift som passer styrkene dine og verdiene dine.

I racet etter penger og suksess er det mange som glemmer dette, og ender opp med en bedrift de ikke liker.

Kjenn deg selv, så sikrer du at bedriften er bygget til å passe rundt livet du ønsker deg, og ikke omvendt!

SALG OG MARKEDSFØRING FRA HJERTET



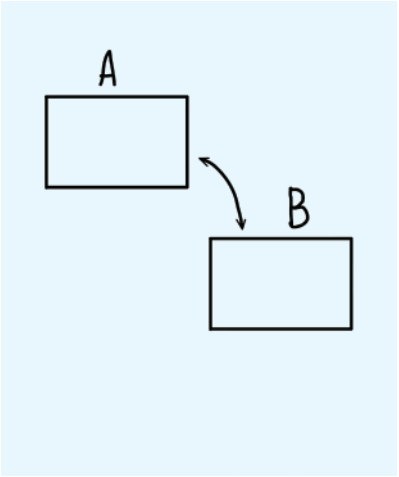
Henvend deg til kunder du virkelig liker og ønsker å hjelpe.

Når du virkelig bryr deg om og liker kundene dine, kan du markedsføre med hjertet.

Du trenger ikke være pushy eller påtrengende, du kan kommunisere med omtanke fordi du vet at produktet ditt er bra for dem og vil gi dem det de ønsker seg!

Da blir markedsføring gøy og interessant, ikke skummelt, slitsomt og ubehagelig.

FØR OG ETTER, "A" TIL "B"



Kunden din er i en situasjon i dag, "A", og drømmer om å komme til en annen situasjon, "B".

Vis at du forstår følelsen av og kjenner smerten ved å være i situasjon "A".

Fortell hvordan ditt produkt tar dem til situasjon "B". Mal et fargerikt bilde av hvor godt det er å være i situasjonen de drømmer om. Frist dem!

Når du viser at ditt produkt låser opp døren mellom A og B, får du sannsynligvis en kunde.

KLARHET

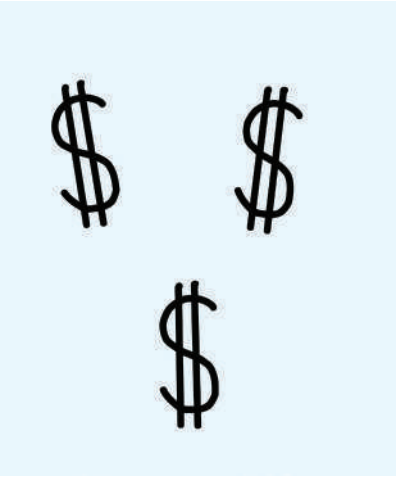


Slik en diamant blir mer verdifull jo klarere den er, jo mer verdifull blir bedriften din jo klarere du er på hva du gjør og hvem du gjør det for.

Du må også bli klar på hva du *ikke* gjør og hvem du *ikke* jobber med.

Slik får du kunder du er perfekt for, og som er perfekte for deg!

SERVICE, ALLTID!

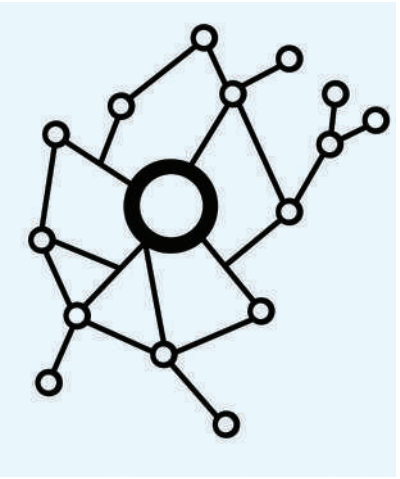


Vil du ha masse kunder som elsker deg? Gi **verdi, verdi, verdi** allerede *før* du tilbyr dem å kjøpe produktet ditt.

Ha alltid **service** i tankene når du skaper produkter, når du markedsfører, når du snakker med kunder, og når du planlegger fremtiden for din business.

"You can have everything in life you want, if you will just help enough other people get what they want."
- Zig Ziglar

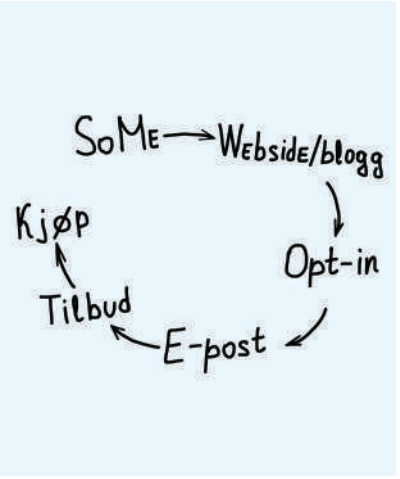
BRANDING



Brandet ditt blir påvirket av alt det forbindes med. Rettelse: Brandet ditt *er* det det forbindes med.

Så vær litt obs på hvilke assosiasjoner brandet ditt vekker, og hva som kan knyttes til deg og brandet ditt.

BIZ ØKOSYSTEM



Bedriften din kan ses på som et økosystem som henter inn nye kunder og ivaretar dem over lang tid ved å stadig gi verdi. Har du gått gjennom dine systemer og sørget for at alle linkene i modellen over er på plass?

Unngå "blindveier" på nettsiden din og i markedsføringen din. Ha alltid et neste steg kunden kan ta for å få mer informasjon om deg og jobbe med deg.

Sett opp systemer for å finne mulige kunder, få dem til å bli kjent med deg og hvordan du kan hjelpe – og ende opp som din kunde.

WINNERS DO



Winners do what losers don't!

Action skiller de som får det til fra de som ikke gjør det.

Alle kan ha gode ideer, men det er den som *gjennomfører* som vinner!

DET GYLNE SPYDET



Vil du utvikle deg fort?

Kast et gyllent spyd inn i fremtiden, og løp med all din energi etter det for å finne det igjen!

Altså:
Forplikt deg til noe du egentlig ikke tør. Lov at du skal holde et foredrag. Forhåndsselg et produkt slik at du *må* lage det.

Tving deg selv til å gjennomføre, og du vil utvikle deg i rekordfart.

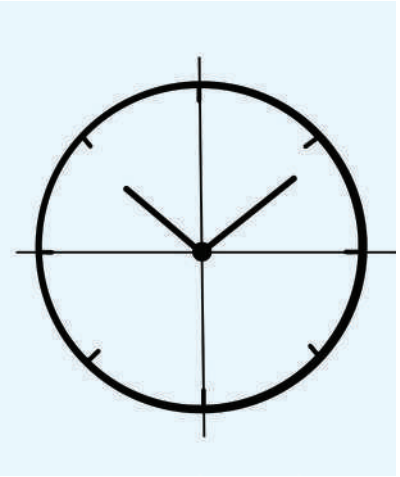
Sometimes you win Sometimes you learn

Noen ganger går vi på trynet. Noen ganger gjør vi samme feil igjen og igjen. Men så lenge vi lærer av hver eneste feil, og går videre på tross av et midlertidig nederlag, er vi i vekst.

Plutselig en dag ser vi tilbake på alle feilene og innser at de bare var steg mot suksessen.

Det verste som har hendt oss kan bli det beste som har hendt, for universet har en plan for oss, og den er usynlig mens vi står i den. Vi kan kun se tilbake på planen, og beundre dens genialitet.

Om tid

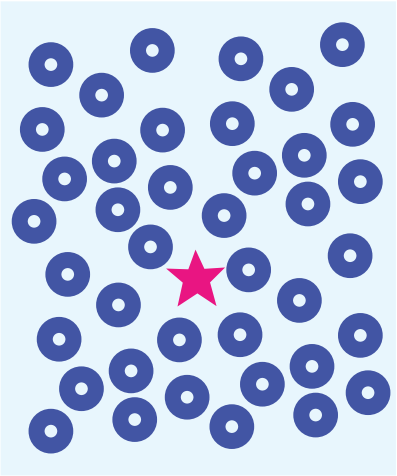


Tenk gjennom hvordan du ønsker å bruke tiden, for den er det mest verdifulle vi har.

Ønsker du å bruke mest tid med én og én kunde, eller vil du skape produkter du kan selge igjen og igjen uten å produsere det på nytt for hver gang?

Businessmodellen du velger vil påvirke livet ditt i enormt stor grad, så tenk nøye gjennom hvordan du vil at hverdagen din skal se ut, og bygg bedriften din deretter!

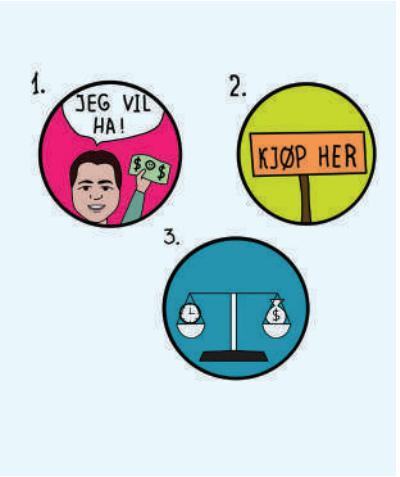
ANNERLEDES ER BEDRE



Bedre er ikke bedre. *Annerledes* er bedre!

Vil du skille deg ut i et konkurransepreget marked hvor alle konkurrerer om å være best, gjelder det å finne ut hva det er ved deg som fascinerer kundene, og spille på det for alt det er verdt!

- Hvordan er du annerledes?
- Hva er din unike twist?
- Hva kan du bidra med som er unikt ved deg?



Det er *egentlig* kun 3 ting du trenger for å ha en suksessfull bedrift:

1. Du må ha noe folk har lyst til å kjøpe.

2. Folk må vite om produktet ditt og få muligheten til å kjøpe det.

3. Businessmodellen din må stemme. Det vil si at du må gå i pluss når alle utgifter og tid er trukket fra.

...og det er i grunn det hele!

HULEN DU FRYKTER

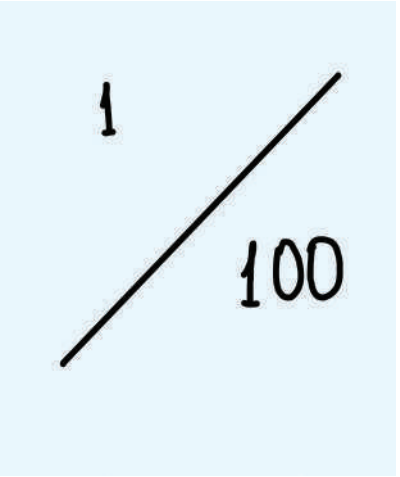


Universet har en fantastisk sans for humor: Det du er ***aller*** mest redd for å gjøre, er typisk sett ***akkurat*** det du bør gjøre for å utvikle deg.

Hva ville skremt deg aller mest? Er det på tide å gjøre det?

"The cave you fear to enter holds the treasure you seek."
- Joseph Campbell

DU ER 1%



De aller fleste mennesker har ingen store mål. De ønsker bare å liste seg gjennom livet ubemerket, usåret, uten å slamre med dørene.

Derfor er du som har større planer med livet sjelden vare; **du er er 1 av 100!**

Du må gjøre ting annerledes enn 99% av menneskene rundt deg. Du må være villig til å gjøre ting du annerledes for å nå målet ditt.

Den dagen de innser at du lever livet ditt slik *du* vil ha det, vil de ønske de var like modige som deg.

Gründere er en annen rase, så omgi deg med likesinnede!

HVA DRIVER DEG?



Når du står fast, er sliten, lei, umotivert og forvirret – husk ***hvorfor*** du gjør det du gjør.

• Hva er det du jobber for?
• Hva er du lidenskapelig opptatt av?
• Hvem er det du jobber for å kunne hjelpe?
• Hvilke utfall er det du jobber for å skape for andre mennesker?

Det burde inspirere deg til å kjøre på, selv i gjørme, motbakke og tordenvær!

VIL DU LEKE MED MEG?

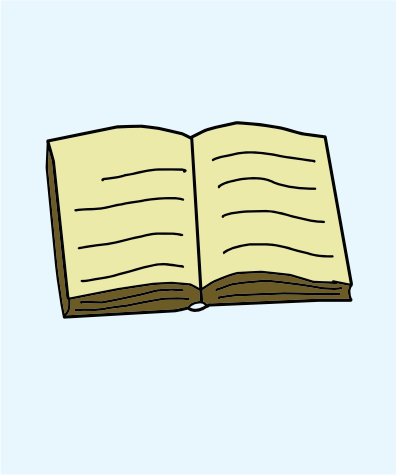


Ethvert menneske som selger noe, enten det er et produkt eller en tjeneste, er strengt tatt tilbake på lekeplassen som 5-åring. Vi spør: Liker du meg? Vil du leke?

Avvisning er den tingen vi er aller mest redde for i hele verden. I oppstarten av bedriften din har du neppe så mange fornøyde kunder enda: Du står helt alene på lekeplassen. Etter hvert som du jobber med flere kunder får du en gjeng med deg, og en avvisning vil ikke bety ikke så mye, men i begynnelsen er dette vanskelig.

Gjør det likevel – for noen *vil* leke. Og det blir GØY!

PERSONLIGHET



Det er de personlige e-postene, Facebook-postene og videoene som virkelig får kunden til å føle at hun kjenner deg, ser dine menneskelige sider og får lyst til å jobbe med deg.

Vi vil ha mennesker, ikke roboter. Vi vil ha noen som forstår problemene våre, ikke en perfekt person vi ikke kan relatere til.

Vær litt personlig. Du trenger ikke åpne boken helt hvis du ikke ønsker det, men en touch av menneskelighet er alltid bra.



HVOR ER DU OM ETT ÅR HVIS DU BEGYNNER *I DAG?*

Girl ON Fire

VERDEN VENTER!

WWW.GIRLONFIRE.NO