

# Ny Nordisk Mat

## Utbildning/seminarium – 1 dag

1. Presentation av deltagarna, deras verksamheter och produkter
2. Inledning om kundernas förhoppningar inför köp, varumärkenas funktion och kundlöftenas betydelse

Kunskapsdel om småskaligt företagande och marknadsföring som kopplar kundens förhoppningar med företagets identitet och begreppet varumärke. Målet är att visa att varje företag signalerar ett löfte och skapar en förhoppning. Det måste göras målmedvetet för att undvika att slumpen och händelseutvecklingen styr verksamheten.

3. Presentation av 2-3 företag. Vilken historia berättar de, varför just den och hur kommunicerar man?

Goda exempel som har intressanta erfarenheter att förmedla. Tre exempel på hur man kan berätta sin historia, skapa uppmärksamhet och höja värdet på produkten.

4. Koppling mellan visionen för företaget och företagarens personliga mål

Ett samtal om vikten att hitta sin egen väg. Att se sambandet mellan visionen för företaget och de personliga ambitionerna. Om kraften i att låta detta samband styra företagandet så att detta blir en kraft i tillvaron.

Reflektion i smågrupper och formulering av den egna drivkraften och vad som är "värdefullt" i arbetet.

5. Presentera mervärdesmatrisen och arbeta i grupper

Gå igenom verktyget "Så här berättar jag min story". Sätt deltagarna i grupper med uppgift att diskutera för att sedan kunna välja ut viktiga mervärden och rangordna dem. Diskutera både ur det egna perspektivet och den tänkta gästen/kunden. Det är inte säkert att mervärdena uppfattas på samma sätt. Ringa in mervärdet – "storyn" – och bestäm sedan vilken metod som blir viktigast i kommunikationen.

6. Gör enskilda kommunikationsplaner

Låt var och en göra sin egen kommunikationsplan.

7. Samtal i tvärgrupper

Deltagarna träffas i tvärgrupper och redovisar sina planer och ger varandra feedback.

8. Gemensam dragning

Avsluta med att några deltagare berättar om sina planer. Kommentera och utveckla!