SOGN OG FJORDANE
FYLKESKOMMUNE

Etableraropplæring i Sogn og Fjordane

Foto: Betsy Weber/Flickr.com

www.sfj.no

GRUNNLEGGANDE ETABLERARKURS

Krav til innhald i Samling 1

Føremål: Kursdeltakar skal forstå omgrepet kundeprofil («Customer Profile») – og metodikken som inneber å ta utgangspunkt i kunden sitt behov før løysinga blir designa	
TEMA	Fagleg forankring
Velkommen	
Kort om kven du er og kva du har tenkt så langt	
Kva er kundejobbane («Customer jobs») vi kan løyse?	Jobbane beskriv det kundane forsøker å få gjort i arbeidet eller livet generelt (Osterwalder, 2014:12)
Kundevonder («Customer pains»)	Vonder beskriv alt det som irriterer kundane før, under og etter at dei prøver å få gjort ein jobb, eller som heilt enkelt hindrar dei i å få jobben gjort (Osterwalder, 2014:14)
Kundegoder («Customer gains»)	Godar skildrar dei resultata og fordelane kunden ynskjer (Osterwalder, 2014:16)
Kundesamtaler	Problemintervjuet Førebu kundesamtalar
Kven er kunden?	Tidleg kjøpar ("Early buyer", Geoffrey Moore's Crossing The Chasm)
Kven kan hjelpe i etableringsprosessen?	Informasjon om etablerertenesta i fylket: kommunar/næringsselskap, Innovasjon Norge, Kunnskapsparken i Sogn og Fjordane
Skal/skal ikkje starte bedrift?	Litt om det å ta det vanskelege valet. Passer denne rolla for meg?
Neste samling	Kundejobben og løysinga
Arbeidsoppgåve til neste samling	Gjennomfør problemintervju med fleire kundar

Krav til innhald i Samling 2

Føremål: Kursdeltakar skal forstå omgrepet verdikartet («Value Map») – om korleis du har tenkt å skape verdi for kunden, og korleis verdikartet og kundeprofilen kan skape harmoni	
TEMA	Fagleg forankring
Oppsummering frå samling 1 og kva som vert gjennomgått i samling 2	
Korleis gikk det med kundesamtalane?	Viktig at gründeren fokuserer på å lære og forstå mest mogeleg om problemet i starten, og ikkje hoppar for fort til løysinga
Kva er vår løysing på kundejobben?	Beskriv dei fordelane kundane kan forvente frå produktet og tenestene dine – kva kan du tilby? (Osterwalder, 2014:29)
Smertestillande («Pain Relievers»)	Dei smertestillande beskriv nøyaktig korleis dine produkt og tenester kan lindre konkrete kundevondter (Osterwalder, 2014:31)
Oppturar («Gain Creators»)	Oppturar beskriv korleis produkta og tenestene dine kan skape kundegoder (Osterwalder, 2014:33)
Kundesamtalar	Løysingsintervju Førebu kundesamtalar
Neste samling	Metodikken kontinuerlig forbetring samt vidare utvikling for verksemda
Arbeidsoppgåve til neste samling	Gjennomfør løysingsintervju med fleire kundar

Krav til innhald i Samling 3

DAG 1 Føremål: Kursdeltakar skal forstå metodikken kontinuerlig forbetring («Continuous Improvement») – det å gå fram og tilbake mellom utforminga av idear og testinga av dei	
TEMA	Fagleg forankring
Oppsummering frå samling 2 og kva som vert gjennom-gått i samling 3	
Korleis gikk det med kundesamtalane?	
Test og gjenta	Hypotesedrivande prosessar (Ries, 2011:19, Osterwalder, 2014:62)
Minimum Viable Product	Utviklingsteknikk som reduserer risikoen for å bygge ei løysing som ingen vil kjøpe (Ries, 2011:76)
Build-Measure-Learn	Når er det riktig å ta en ny retning («pivot»/vende) og når er det riktig å oppretthalde same kurs (Ries, 2011:75)
Korleis måle framgang under usikkerheit?	Tre milepælar (Ries, 2011:117-118)
DAG 2 Føremål: Kort om konseptet forretningsmodell og om finansieringsmoglegheiter, verkemidelapparatet og vegen vidare	
TEMA	Faglig forankring
Forretningsmodell	Skaper du verdi for verksemda? (Osterwalder, 2014:144).
Korleis hente inn kapital?	Kjelder til kapital i tidleg fase Kva ein investor ser etter Kor ein kan søkje støtte
«Bootstrap»	Korleis komme lengst mogleg utan ekstern kapital Når er det riktig å hente inn ekstern kapital
Presentasjon av tiltaksapparatet	Representantar frå kommunar, næringsselskap og kunnskapsparken skal presentere seg sjølv
Organisatorisk	Kva må ein ha i orden før ein kan søkje støtte hos ulike aktørar
Vegen vidare	Kva er neste steg?
(Selje inn tilleggskurs)	Økonomikurs Salskurs Forretningsmodellering Investorkapital

Temakurs

Temakurs: Økonomi og rekneskap
Rekneskapets oppbygning og samanhengen mellom resultat og balanse
Krav til bilag (sortering, kontering og registrering)
Krav til rekneskapsrapportar
Frådrag for inngåande avgift. Gjennomgang av hovudregler for mva.
Avgiftsoppgjer/momsoppgjer
Bokføring av ulike bilagstypar
Analyse av lønsemd
Analyse av bedriftas finansielle situasjon
Viktige nøkkeltal i samband med resultat og balanse
Forbetringsprosessar
Korleis oppdage faresignal i verksemda?
Innovasjonsrekneskap
Selskapsformer – kva er rett val for meg og min verksemd?

Temakurs: Salskurs
Salets psykologi (haldningar, arbeidsglede, entusiasme, kontroll, kroppsspråk)
Gå ut av komfortsonen
Fallgruver
Korleis avdekke kunden sitt eigentlege behov
Salsteknikk i teori og praktisk trening
Korleis kome i kontakt med rett kunde og vekke interesse?
Meirsal: korleis auke salet og få kunden meir nøgd
Avslutningsteknikk
Service og kundebehandling

Temakurs: Forretningsmodellering
Kva er ein forretningsmodell og kvifor er den viktig?
Business Model Canvas – utvikling av innovative, berekraftige og skalerbare forretningsmodellar
Korleis bruke Business Model Canvas
Utforske ulike forretningsmodeller (sette begrensningar)
Business Model Environment – omgjevnadene til forretningsmodellen, der det kan ligge truslar og moglegheiter
Korleis presentere/pitche ein business model canvas

Temakurs: Investorkapital
Når er det riktig å hente inn ekstern kapital
Ulike typar investorkapital (internasjonal kapital)
Kva ser ein investor etter?
Trene på å selje seg inn på ein god måte
Kva kan eit oppstartsselskap tilby i retur?
Kvar er investorane?
Kven er rett investor for meg?
Prising av selskap
Bootstrapping