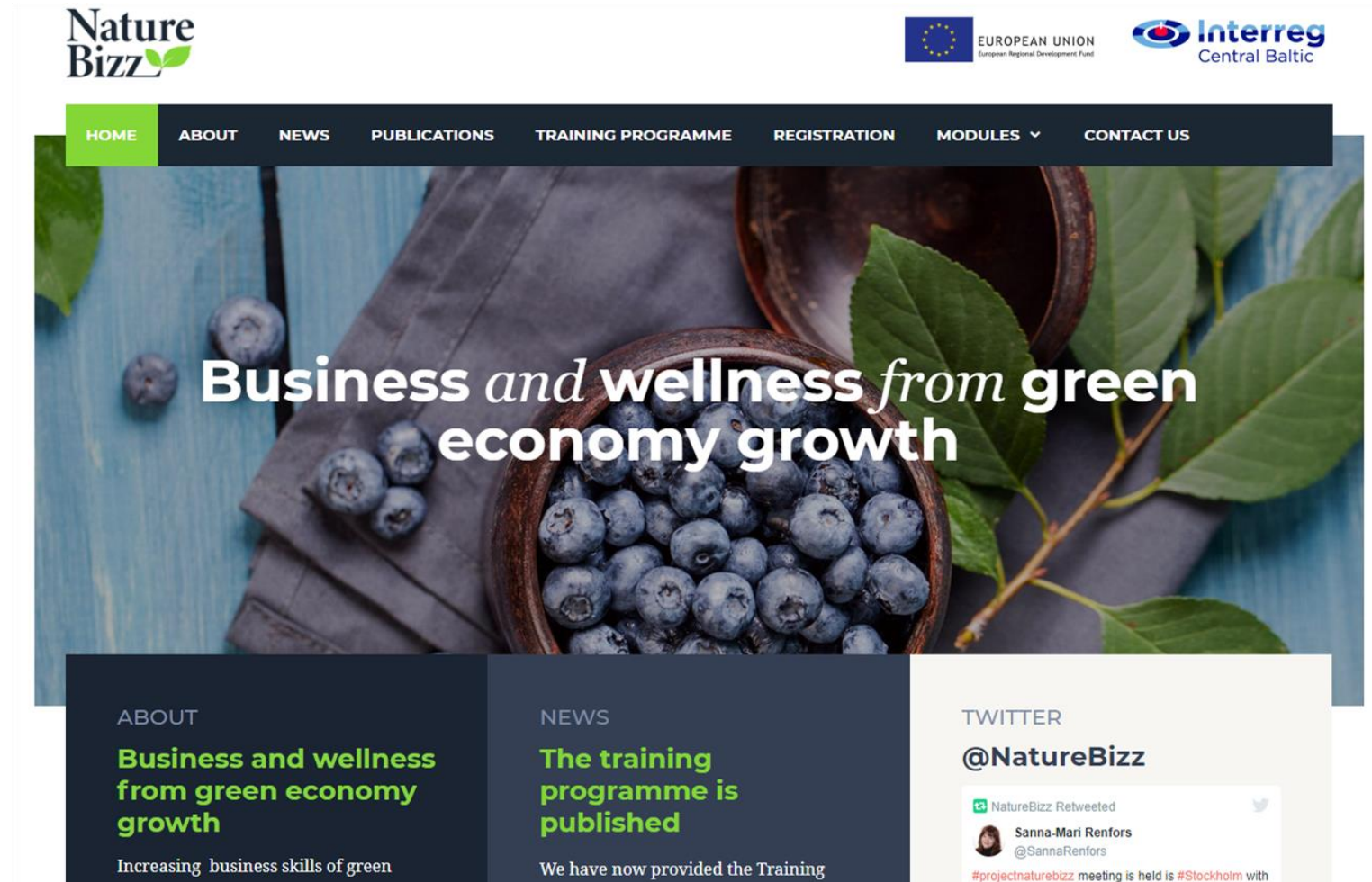


www.projectnaturebizz.eu

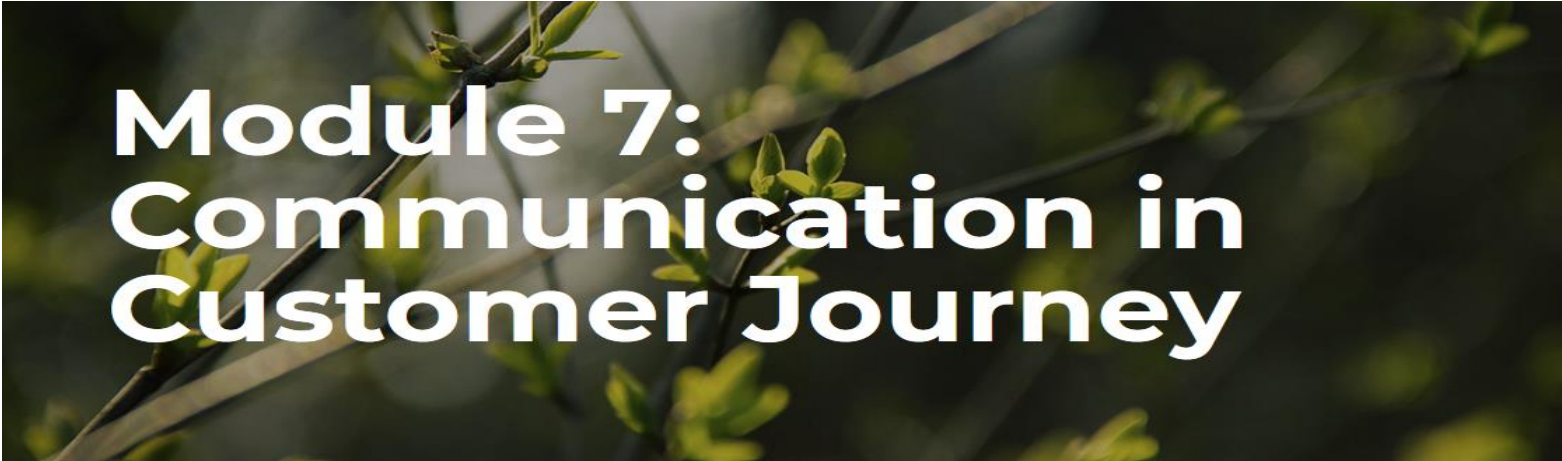




Module 7: Communication in Customer Journey



Module 8: Green Entrepreneurs Go International



Module 7: Communication in Customer Journey

Om kundresor

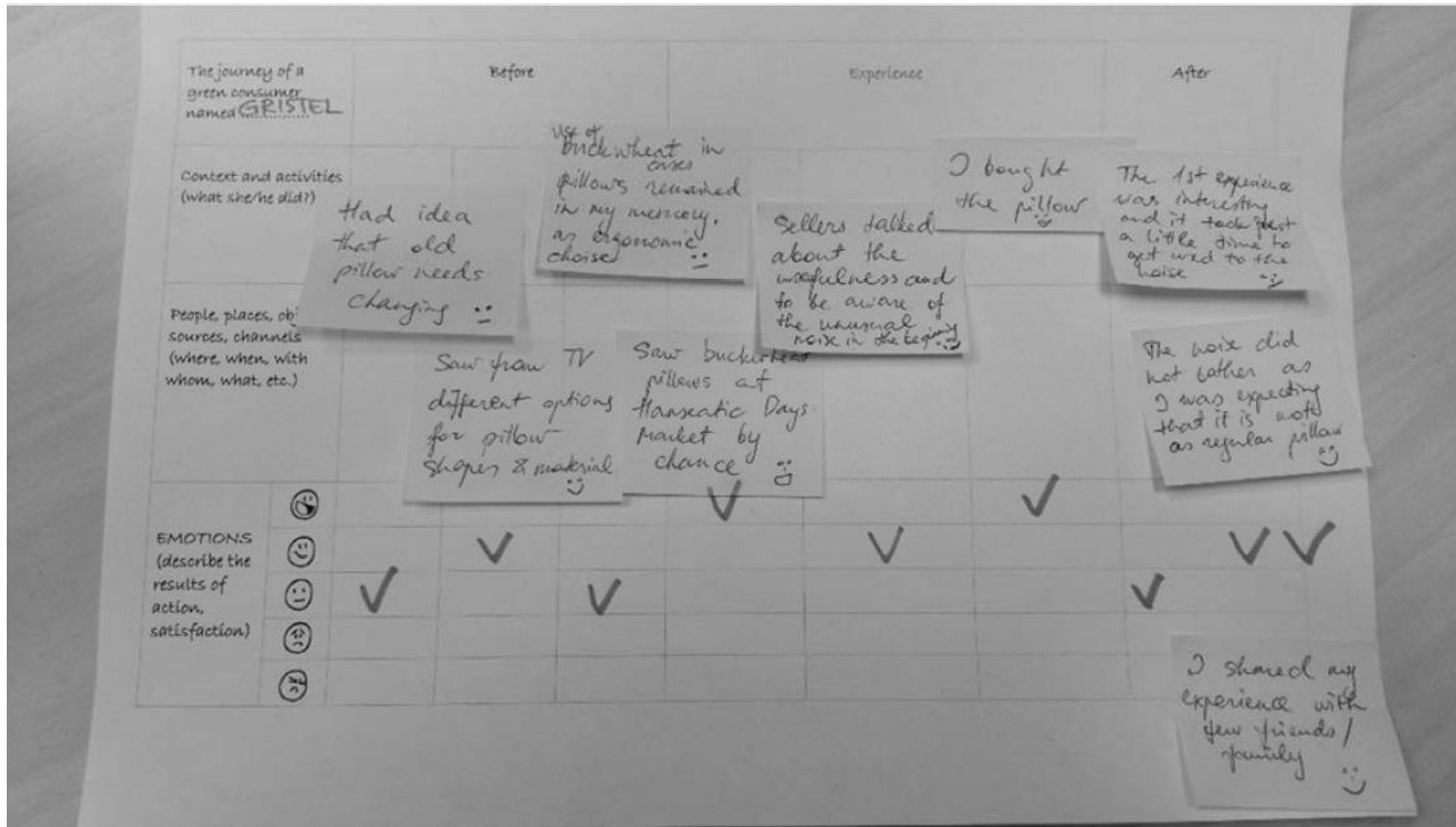
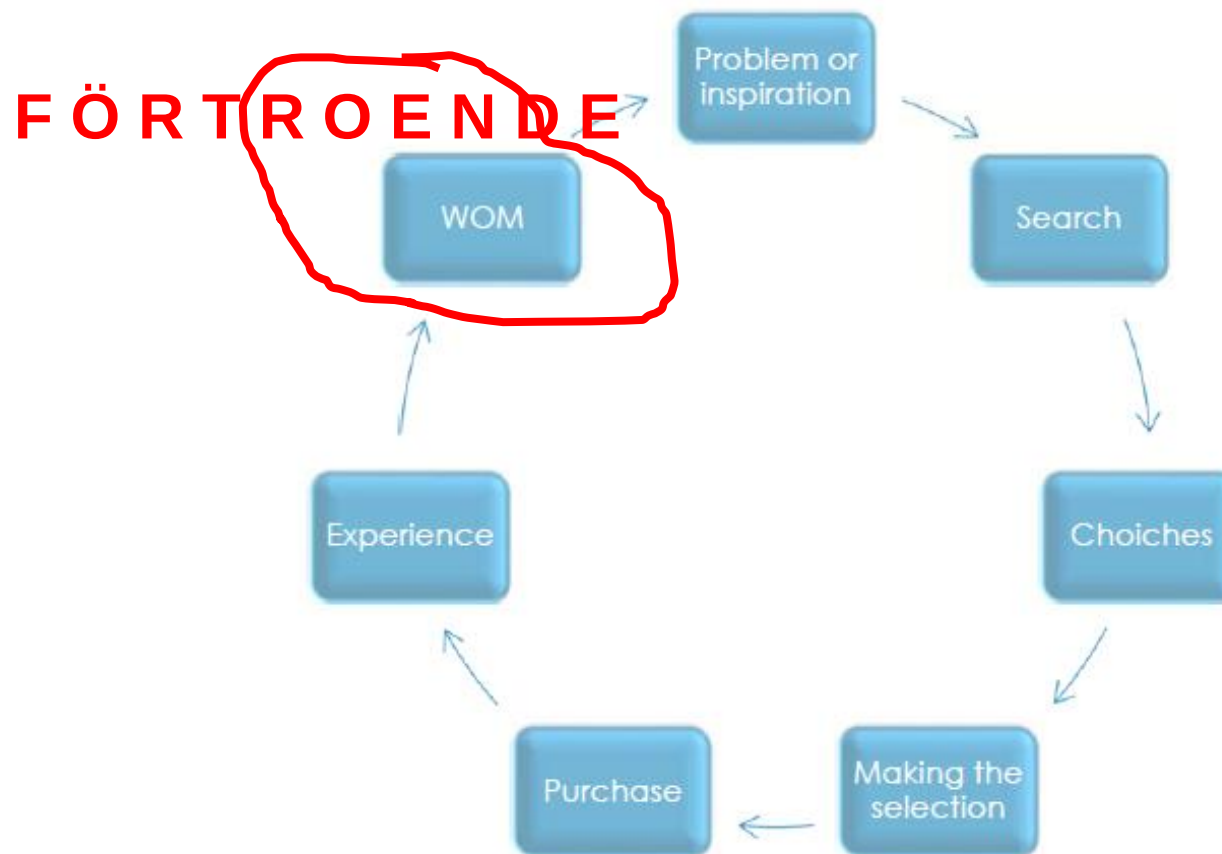


Figure 1. Example of Gristel's journey with buckwheat pillow

- Ett forskningsbaserat verktyg.
- Berättelser om kundens interaktioner med företagets kontaktpunkter (touch points)
- Före, under och efter
- Idag, eller framtid
- Reellt, eller önskvärt
- Olika kundresor för olika kunder.
- Information fås genom att fråga eller observera verkliga kunder, och/eller via de personas som skapades i kursmodul 5.

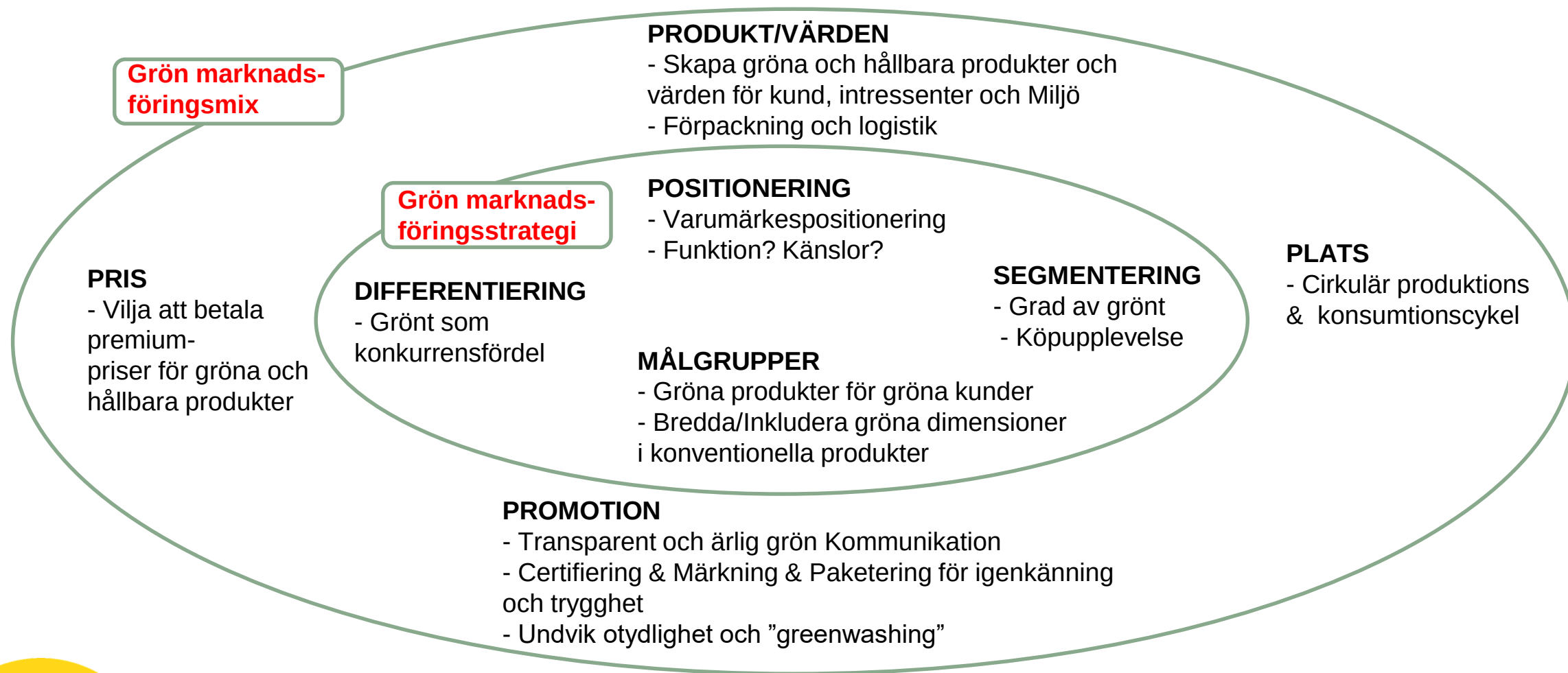
Kommunikation med gröna kunder



Engagera och
involvera kunderna
– HUR?

Figure 2. Customer journey from communication point of view

Grön marknadskommunikation



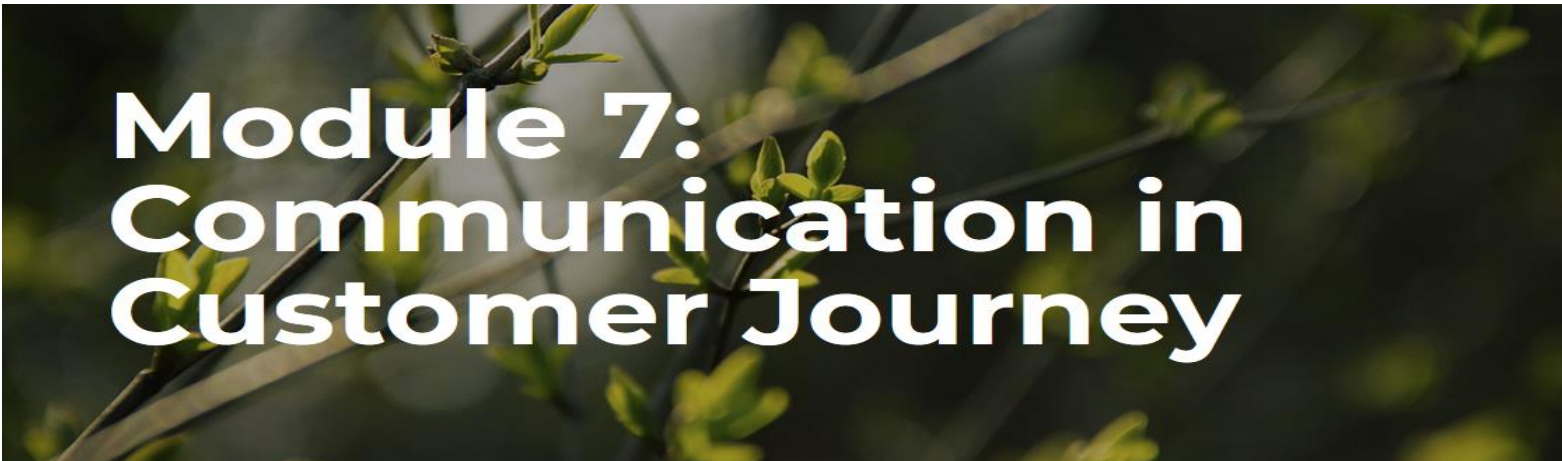
Målgruppsorienterad marknadsföringsmix

Målgrupp(er)	Individer som arbetar på kontor som har nackproblem och önskar sova bättre
Målgruppens förväntningar	God nattsömn och att bli av med nackproblemen
Värden//Erbjudanden	Kudde som underlättar bättre nattsömn och som följer kroppen
Unika försäljningsvärden och argument (USP)	Möjliggör god nattsömn, reducerade nackproblem, ej allergiframkallande då den är gjord av ekologiskt linne och vete
Mätbara mål	Att ha sålt 1000 kuddar vid nyår.

Planera kommunikationsaktiviteter

När	Kanal	Aktivitet	Målgrupp	Kostnad
Januari	Internet	Skapa/Uppdatera webbsidan Skapa/Uppdatera Facebook/Instagram	Alla som kan tänkas behöva förbättrad nattsömn och att bli av med nackproblem	0-10 000 kr.
Februari	Sociala medier	Lansera en Facebook/Instagram kampanj (en vecka)	Facebook hjälper att välja målgrupper	1000 kr
Mars	Möten/ Internetsökning	Sök o boka möten med aktörer du kan samarbeta med		0 kr
April	Reklam och sociala medier	Designa och beställ reklammaterial – försök finna experter/ambassadör som kan tala varmt om produkten Fortsätt publicera inlägg på Facebook/Instagram		0 kr
Maj	Inom regionen	Distribuera reklamaterialet till samarbetspartners		0 kr
Juni	Sociala medier	Facebook/Instagram kampanj (en vecka) – använd expert-/ambassadörrösterna	Dina Facebookföljare	1 000 kr
Juli				

Övningar modul 7



Module 7: Communication in Customer Journey

1. Analysera dina erbjudanden utifrån kundresan

Resan för en kund som heter.....	Före	Upplevelse	Efter
Kontext och aktiviteter: Vad gjorde kunden			
Kontext: Människor, platser, process, föremål, kanaler (var, när, med vem, vad, hur etc.			
Känslor: Vad känner kunden     			

Nature Bizz 1. Exempel

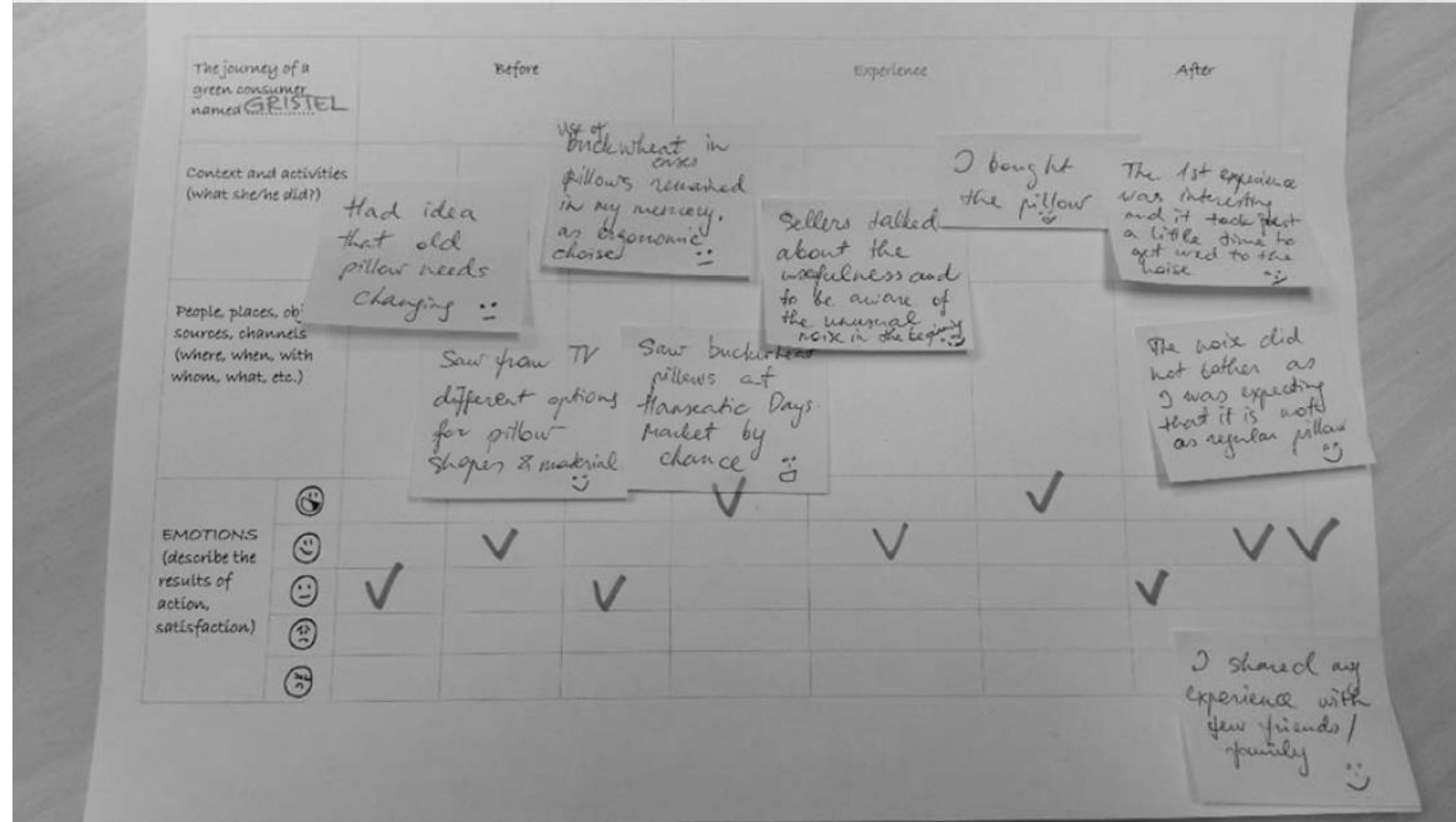


Figure 1. Example of Gristel's journey with buckwheat pillow

2. Gör en målgruppsorienterad marknadsföringsmix för den egna verksamheten

Målgrupp(er)	aaa
Målgruppens förväntningar	xxx
Värden//Erbjudanden	yyy
Unika försäljningsvärden och argument (USP)	zzz
Mätbara mål	mmm

2. Planera kommunikationsaktiviteter för den egna verksamheten (Här med exempel)

När	Kanal	Aktivitet	Målgrupp	Kostnad
Januari	Internet	Skapa/Uppdatera webbsidan Skapa/Uppdatera Facebook/Instagram	Alla som kan tänkas behöva förbättrad nattsömn och att bli av med nackproblem	xxx
Februari	Sociala medier	Lansera en Facebook/Instagram kampanj (en vecka)	Facebook hjälper att välja målgrupper	xxx
Mars	Möten/ Internetsökning	Sök o boka möten med aktörer du kan samarbeta med		xxx
April	Reklam och sociala medier	Designa och beställ reklammaterial – försök finna experter/ambassadör som kan tala varmt om produkten Fortsätt publicera inlägg på Facebook/Instagram		xxx
Maj	Inom regionen	Distribuera reklamaterialet till samarbetspartners		xxx
Juni	Sociala medier	Facebook/Instagram kampanj (en vecka) – använd expert-/ambassadörrösterna	Dina Facebookföljare	xxx
Juli				

Module 8: Green Entrepreneurs Go International

Varför internationalisera?

- Få fler kunder
- Nyttja kärnkompetenser
- Sprida affärsrisken
- Uppnå skalfördelar
- Få erfarenheter
- Stärka inköpskraften
- Få tillgång till kunskap och resurser från andra länder och marknader

Att förbereda för internationalisering

- Undersök och lär känna den/de tilltänkta exportmarknaderna: Ex konkurrensvillkor, arbetsmarknad, lagstiftning, leverantörer, konsumenter – önskemål och beteende när det gäller ex. värden, erbjudanden, produkter, tjänster, funktioner, färger, kvalitet, märkning, certifieringar, ursprungsmärkning, förpackningar.
- Exportmognad, ex management- och övrig kompetens?

Att förbereda för internationalisering, ff

- Gör en SWOT-analys med internationalisering i fokus (Styrkor, Svagheter, Möjligheter, Hot)

STYRKOR	SVAGHETER
MÖJLIGHETER	HOT

Att förbereda för internationalisering, ff

“The diamond of national advantage”

Fördel hemlandet

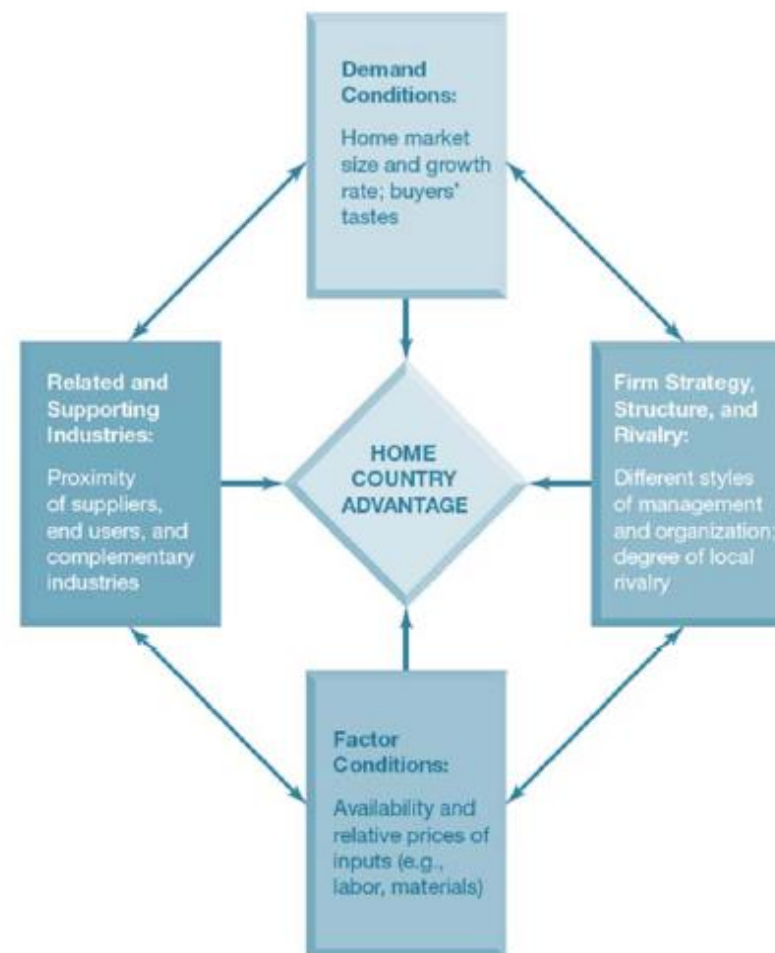


Figure 2. The diamond of national advantage

Att förbereda för internationalisering, ff

Matris för konkurrensfördelar

- Säkerställ vilka konkurrensfördelar verksamheten har (ex kostnader, kunskap, grönt och hållbart, differentiering, annat – vad?)

Källa till konkurrensfördelar

Konkurrens-
fördelarnas
omfattning

Hela
branschen

Ett segment

Låga kostnader

Differentiering

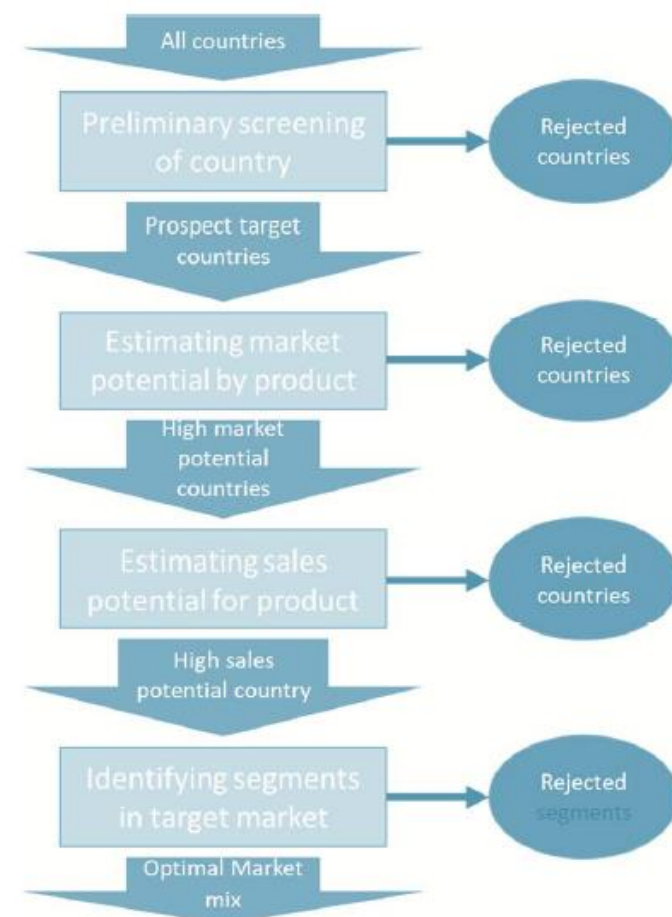
Kostnadsledare

Differentiering

Fokus

Att förbereda för internationalisering, ff

- Säkerställ vilka konkurrensfördelar verksamheten har
(ex kostnader, kunskap, grönt och hållbart, differentiering, annat – vad?)
- Välj lämplig målmarknad/marknader



Exportstrategier

- ***Multi-lokal strategi*** - Tänk lokalt, agera lokalt.
Ex. Anpassa erbjudanden till respektive marknad.
- ***Global strategi*** – Tänk globalt, agera globalt.
Ex. Ett och samma erbjudande till alla marknader.
- ***Transnationell strategi***- Tänk globalt, agera lokalt.
En kombination av de två ovan nämnda strategierna.

Exportstrategier

- Licensiering
- Franchising
- Helägda dotterbolag
- Strategiska allianser eller joint venture

Handlingsplan för export

	AKTIVITET	ÖNSKAT RESULTAT	NÄR	ANSVARIG PERSON	FÄRDIGT – NÄR	KOSTNAD
1						
2						
3						
4						

Övningar modul 8



Module 8: Green Entrepreneurs Go International

1. Gör en internationaliseringstrategi för ditt företag

- Beskriv företaget/varumärket/erbjudandet (hämta från tidigare moduler)
- Bestäm vilken omfattning du planerar för (ex vilka erbjudanden)

2 . Bedöm företagets internationaliseringsmognad - och vid behov justera strategin

- Analysera marknaden/marknaderna ex genom att använda modellen Diamanten för nationell fördel, eller Porters femkrafts-modell, del av SWOT-analysen
- Gör en intern analys, del av SWOT-analysen
- Identifiera och analysera möjliga konkurrensfördelar. Använd matrisen för konkurrensfördelar.

STYRKOR	SVAGHETER
MÖJLIGHETER	HOT

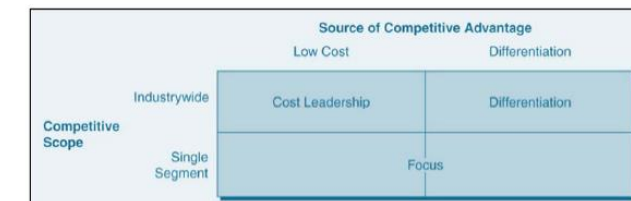


Figure 3. Competitive advantage choosing matrix

3 . Välj målmarknad och målgrupper

- Använd resultaten från uppgift 1 och 2.
- Samla in data och gör bedömningar om val och bortval med hjälp av de fyra stegen i den illustrerade modellen.

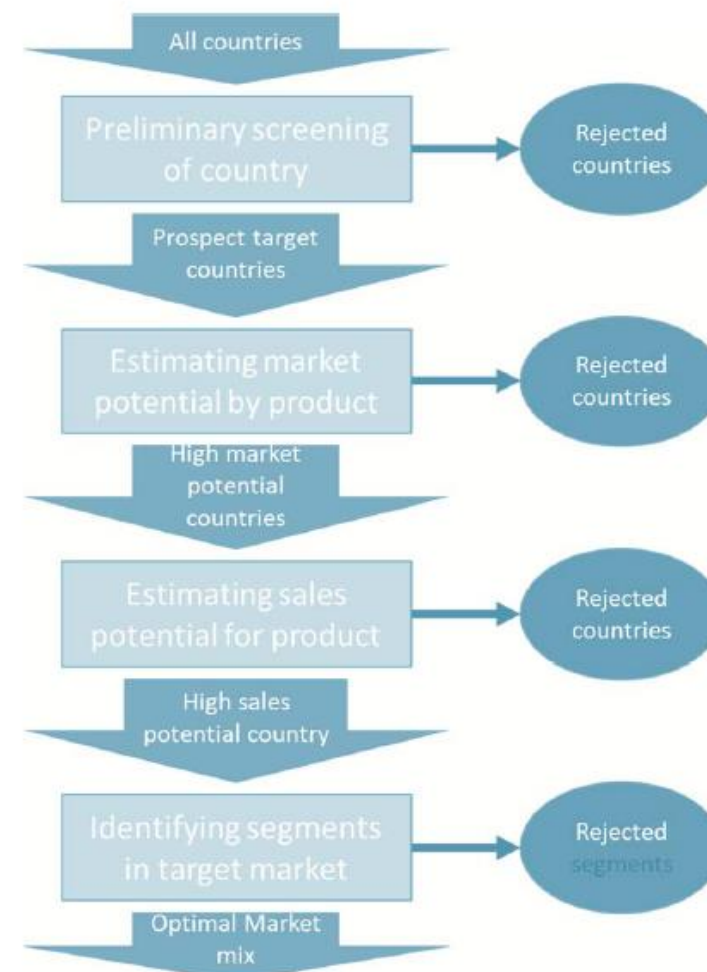


Figure 4. Optimal segment mix in target market

4 . Undersök, analysera och bestäm VAR, VAD till VEM?

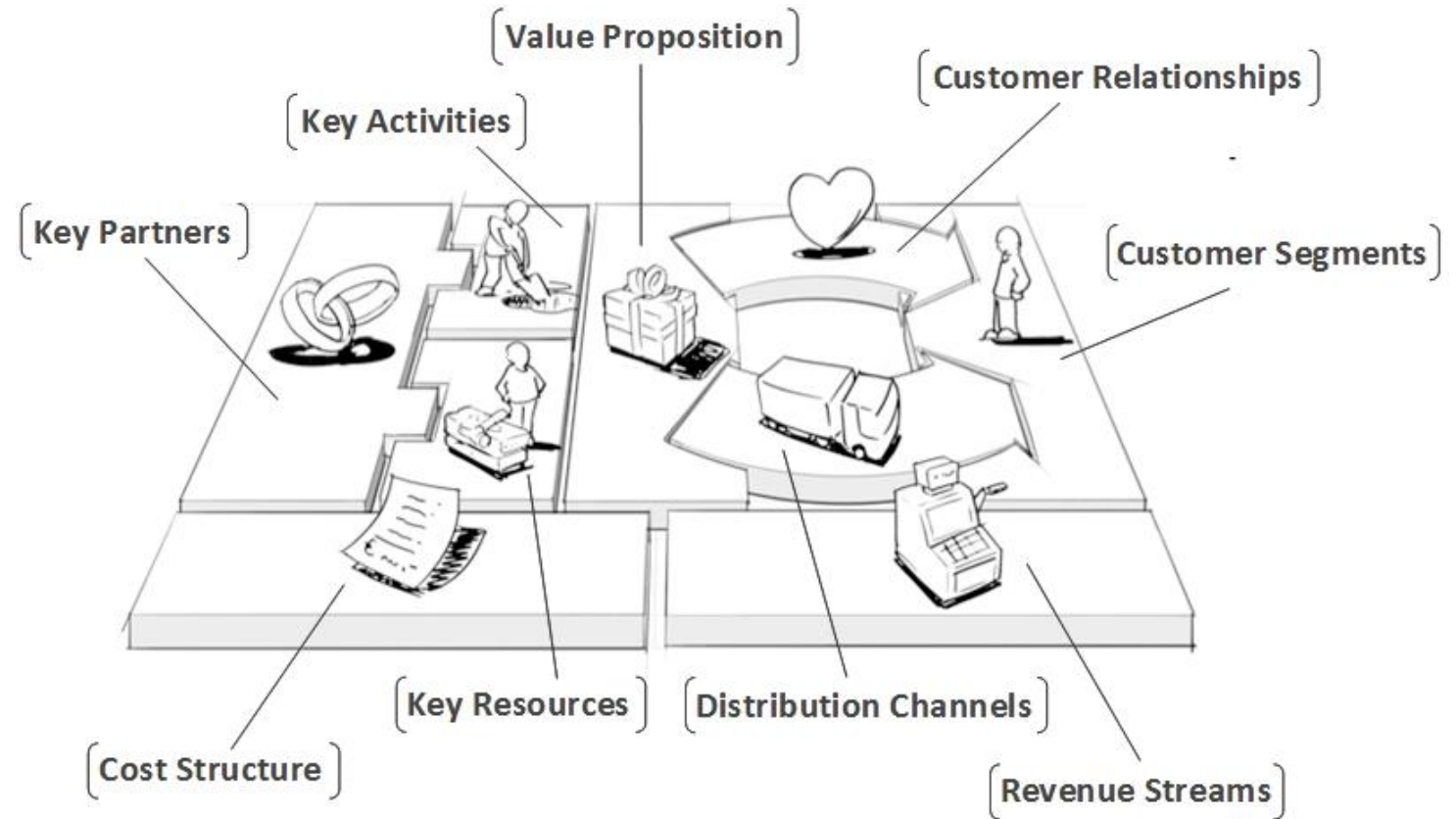
- Samla in data, analysera exempelvis när det gäller
 - Vilken marknad/marknader
 - Vilket/vilka segment
 - Vilket/vilka erbjudanden, produkter, tjänster
 - Efterfrågan, utbud, prissättning
 - Förpackning, logistik, distribution
 - Lagar, regler,

4 . Sammanfattning och rekommendationer om internationalisering

- JA- NEJ – NJAAA (ex Ja, men ej nu...)
- Vad behöver ändras
- När och hur implementera

Nästa steg?

Varför?
Vad?
Till vem?
Hur?



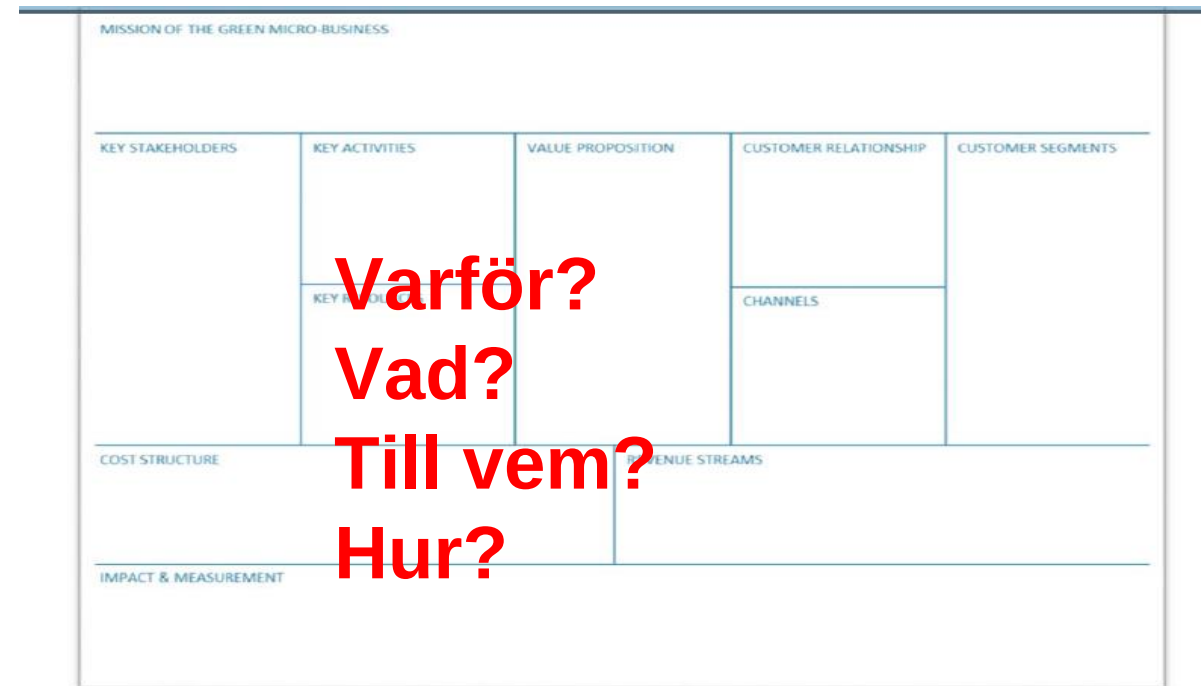
Källa:
Alexander Osterwalder, PhD

http://businessmodelgeneration.com/downloads/businessmodelgeneration_review.pdf

Nästa steg

Ta fram din NatureBizz Business Model Canvas igen.
Vidareutveckla, komplettera, gör handlingsplan och **PRIORITERA**

1. Mission / Mission
+ (Vision/Vision, Business Idea / Affärsidé)
2. Customer segments / Kundsegment
3. Value proposition / Värdeskapande erbjudande
4. Channels / Kanaler
5. Customer relationships / Kundrelationer
6. Revenue streams / Intäkter
7. Key activities / Nyckelaktiviteter
8. Key resources / Nyckelresurser
9. Key stakeholders / Nyckelintressenter
10. Cost structure / Kostnadsstruktur
11. Impact & measurement / Påverkan & mätning



Tack för att ni har lyssnat!

www.projectnaturebizz.eu

