



Business lab, Crowd coaching 3*3



METOD

Business lab, Crowd coaching 3*3

SYFTE

Få entreprenören att definiera och utveckla sitt affärsmannaskap.

EFFEKT

Utvecklat affärssinne och påminnelse om vad som är viktigt för att skapa business genom att fokusera ihop med andra. Utvecklat nätverk.

MATERIAL

Runda ståbord. Låga bord för fyra personer. Guidebooks. Post-itlappar. Pennor i olika färger. Pitchlappar. Dukar. Kaffe. I workshopen används 3 av 5 dukar. De två sista får man med sig hem att fortsätta arbeta med.

DUKARNAS ANVÄNDNINGSMÖRÅDEN

Business Lab består av fem dukar som tar entreprenören genom processen. Dukarna kallar vi för Intro, Inspiration, Verkstad, Pitch och Actionplan. Dessa kan användas på det sätt som kommer beskrivas nedan där tre entreprenörer träffas vid tre tillfällen. Dukarna kan också användas i en coachningssituation med bara en entreprenör och en coach.

TID

Workshopformat på 2,5–3 timmar beroende på hur man hanterar paus och hur många grupper man har samtidigt.

PLATS

Varhelst det finns gott kaffe och någorlunda avskilt; på café, på restaurang, på en inkubator eller i andra kreativa miljöer.

TÄNK PÅ ATT

Detta är en process där entreprenören i fokus ska ha möjlighet att styra åt vilket håll processen går. Detta sker med hjälp av bra förberedelser och uppmaning till de andra i gruppen att det inte går ut på att hitta svar utan att ställa frågor som entreprenören inte tidigare tänkt på.

INBJUDAN

Redan i anmälan är bra om entreprenören kan specificera varför man vill anta chansen att delta i Business Lab, vilka utmaningar man står inför just nu och vilka drömmar, visioner och mål man har med sin verksamhet. Detta ger entreprenören en möjlighet att påbörja processen mentalt samt ger processledaren den info som krävs för att matcha ihop entreprenörerna i grupper. För en klockren matchning rekommenderas även ett telefonsamtal med samtliga deltagande entreprenörer för att även få en uppfattning om HUR entreprenörerna i grupp kan fungera.

Det är tre entreprenörer i varje grupp som ses vid tre tillfällen. Antal grupper som ses samtidigt kan variera beroende på hur stort behovet är hos dig. CRED har på en processledare haft 2–6 grupper samtidigt med goda resultat, vilket innebär 6–18 personer i process samtidigt.

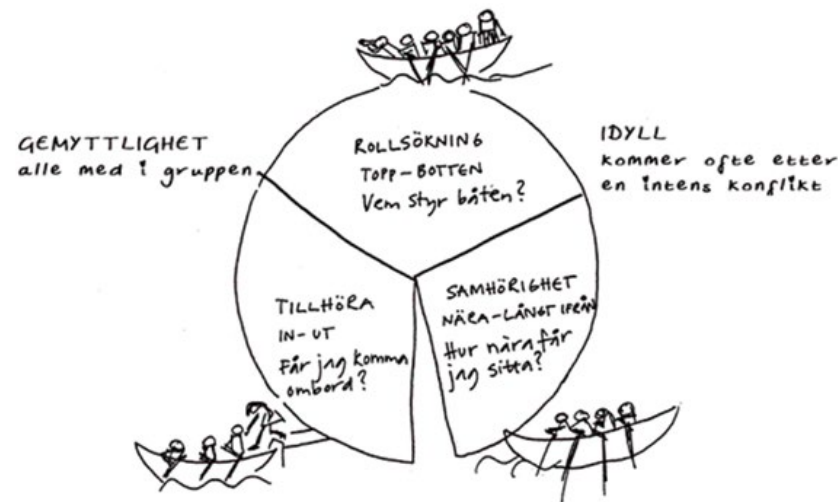


GRUPPDYNAMIK

Entreprenörerna delas in i grupper om tre som träffas vid tre tillfällen. När man gör matchningen mellan entreprenörerna är det med hjälp av en tydlig bild av samtliga entreprenörer samt en ganska stor portion av en processledares fingertoppskänsla. Det viktigaste att ta hänsyn till för att få en dynamisk grupp är entreprenörernas olika utmaningar och branscher. Ju större olikhet det är desto mer kommer de kunna ge varandra. Ett hinder för processen kan vara när gruppens utmaningar är för lika eller när entreprenörerna befinner sig så nära varandras verksamheter att det kan uppfattas som att de är konkurrenter. Det andra att ta hänsyn till är i vilken fas gruppens deltagare befinner sig i. Är alla nystartade? Är alla erfarna från sin bransch? Här finns egentligen inget facit, men av erfarenhet kan vi se att det i en grupp blir svårt om en senior entreprenör med utmaningar kring finansiering eller organisering coachas av enbart personer med mycket lite erfarenhet från arbetsliv och företagande. Att befinna sig på ett någorlunda jämt stadi i sin företagshistoria har vi sett varit effektivt då det finns en igenkänningsbar förståelse för entreprenörernas nuläge.

I en grupp som inte tidigare träffats är det vanligt att man trevar lite i början för att inte ta för stor plats och för att lyckas hitta sin plats bland övriga gruppdeltagare. Detta ser vi händer i den första fasen Intro där entreprenören i fokus berättar för de andra om sitt nuläge och de övriga lyssnar och ställer frågor för att få en klar bild om nuläget och den önskade framtiden. I takt med att processledaren berättar hur mycket tid de har kvar i första fasen förstår deltagarna att upplevelsen av Business Lab är att det kommer vara genomgående högt tempo. De börjar därför redan i slutet av första fasen att bli mer målorienterade framför att bli accepterade

av gruppen. Processen är för kort för att det ska hinna bli konflikter (tack för det!) men komprimerad så till den grad att en ledare i gruppen snabbt tar plats. Detta kan ha sin poäng i många fall men som processledare är det bra att ha koll på att alla får komma med frågor och tankar. Det finns annars en risk att processen blir en rådgivning där en ger råd och svar till entreprenören i fokus. Processens mål är att hjälpa entreprenören att hitta sina egna svar och sätta entreprenörens verklighet i nytt ljus med nya frågor. Det är därmed viktigt att processledaren går runt i grupperna och lyssnar och ställer egna frågor till gruppen.



FÖRBEREDELSE

Så fort du vet datum: boka lokal och kaffe med tillbehör.

En vecka innan första träffen: ring upp entreprenören som ska sitta i fokus. Du berättar om det materialet du kommer att skicka hem (guidebook och duk nr 1) och vad entreprenören bör förbereda. Ett tips är att be dem fundera och skriva i alla rutor och att de lägger extra krut på rutan "Utmaningar". Ju bättre förberedd entreprenören är desto bättre blir processen på plats. Posta sedan materialet till entreprenören.

Dagen eller timmarna innan: möblera enligt grupper där varje grupp har både stå- och sittmöjligheter. Lägg fram post-it-lappar och olivfärgade pennor. Sätt ut skyltar så att alla hittar till din lokal.

Nu kör vi!

KÖRSHEMA

16.00 Hälsa alla välkomna. Dela in dem i sina förutbestämda grupper och låt dem sitta ner.

16.03 Presentera dig själv, var du kommer ifrån samt varför ni gör Business Lab. Låt alla presentera sig själva för samtliga deltagare också.

16.05 Berätta att ni idag kommer gå igenom tre pappersdukar. Den första är redan förberedd och kan plockas fram av respektive entreprenör i fokus. Förklara rutorna "To Do" och "AHA" som är genomgående i alla tre dukar. Uppmana samtliga att ta ett gäng post-it-lappar och en penna och skriva ner saker de kommer att tänka på och saker de diskuterar. Dessa sätts på den aktuella duken så att allt som sägs också skrivs ner. Ni kan här välja att utse någon i varje grupp som är ansvarig för nedtecknandet. Att skriva ner allt måste påminnas under hela processen.

Pitchen: Jag heter Anna Linton och är projektledare på CRED. Vi arbetar med att skapa mötesplatser och processer för affärsutveckling i bolag inom de kulturella och kreativa näringarna. Hos oss skapas och utvecklas idéer och det är målet även med de kommande tre timmarna.

16.07 Då sätter vi igång! Samtliga entreprenörer i fokus kan börja berätta vad de funderat kring, vilka mål de har med sin verksamhet, vilka deras kunder är samt vilka utmaningar de ser just nu. Till detta ägnas 15 minuter.

"To Do" används för att snabbt kunna skriva upp saker som dyker upp. Saker som inte behöver diskuteras vidare men som ska göras inom snar framtid. "AHA" används som man vill. Kanske en bok som man borde läsa etc.

16.25 Ta gruppernas uppmärksamhet och berätta att det är fem minuter tills nästa fas och duk. Uppmana alla att ta reda på att de förstått entreprenörens behov, utmaningar och verksamhet.

16.27 Förbered genom att lägga fram duk 2 på respektive ståbord.

16.30 Alla grupper flyttar sig från sittande till stående bord. Uppmana alla att ta post-it-lappar och en penna för att under två tysta minuter tanka av sig idéer och funderingar som uppstått under tiden man fått verksamheten presenterad för sig under fas ett. Allt som dyker upp i huvudet kanske inte hinns diskuteras men då får i alla fall entreprenören i fokus med sig dessa tankar hem.

16.32 Berätta att vi nu är inne i omvärlds- och trendfasen. Här gäller det att ta en kreativ höjd. Det finns inga NEJ/DET GÅR INTE i denna fas. Det handlar om att vara fantasifull framför att ta hänsyn till verkligheten omkring (av erfarenhet blir det ganska konkret ändå.) Fokusera på den vänstra delen av duken och berätta lite om rutorna. Hur skulle er verksamhet se ut om den fanns i hela världen? Tänk OM!

17.00 Ta uppmärksamheten från grupperna och berätta att det nu är 15 minuter kvar innan paus. De kan nu börja formulera utvecklingsidéer i mittenrutan på duken. Utvecklingsidéer som sedan ska konceptualiseras vidare i nästa fas. Grupperna ska sedan in i verkstadsfasen och behöver sammanfatta lite av det de nu diskuterat. De kommande 15 minuterna kan du gärna avbryta någon mer gång och säga hur mycket tid det är kvar.

17.15 Här finns två alternativ. Antingen bestämmer ni er för att ta en paus med kaffe, ca 20 min, eller så drar ni ut lite på tiden i fas två samt fas tre och serverar helt enkelt kaffe till borden. Om ni väljer kaffe till bords kan ni också komprimera workshopen något. Är det många grupper och många pitchar kan det vara en fördel att hoppa över pausen. Av erfarenhet kan det också vara svårt att bryta och ibland kan det stänga av processen något, medan det i andra fall känns väldigt lägligt med en paus för att få upp en dalande energi. Resterande del av körschemat är baserat på att det inte finns någon paus utan kaffe och tillbehör serveras till bords när deltagarna sätter sig ner för fas tre.

Ta uppmärksamheten från diskussionerna till dig – vid flera tillfällen under processen kommer du som processledare få gå in och bryta och ta uppmärksamhet med instruktioner. Detta görs medvetet flera gånger för att grupperna inte ska snöa in för mycket i en fråga som inte är entreprenörens fokus samt för att hålla de uppmärksammade om tiden. Det är inte helt lätt att bryta diskussioner men som hjälp kan man ha något litet instrument såsom fingercymbaler eller ett musikintro exempelvis.

17.15 Be grupperna flytta sig från stående till sittande. Inled med att förklara att de nu ska ta en eller flera utvecklingsidéer från fas två och konkretisera dessa. Hitta kärnan i idéerna som kan vara en vidareutveckling eller lösningsförslag på någon utmaning som presenterades i fas ett. Berätta också att denna fas processas i ca 45 minuter och att det sedan är dags för entreprenören i fokus att pitcha en utvecklad idé för de övriga grupperna och få feedback på den. **17.45** Påminn grupperna om att det nu är 15 min kvar till pitch. De kan då fokusera den sista stunden på rutan "Elevator pitch" och där skriva in en pitch att förmedla till de andra grupperna om 15 minuter.

17.55 Påminn om att det bara är 5 minuter kvar till pitch.

18.00 Det är dags för alla entreprenörer i fokus att pitcha för de andra grupperna och få feedback på sin idé. Dela därför ut lika många lappar till varje person som det är pitchar som ska presenteras. Se också till att alla har varsin penna. Varje pitch görs på så sätt att man pitchar sin korta presentation och avslutar med frågan man vill att de andra ska besvara. Det kan också vara en lösning eller en utmaning man vill ha feedback på. Därefter finns det möjlighet för alla att ställa frågor i en minut om man inte helt förstått vad man ska ge feedback på. Därefter ber du alla att vara tysta en stund och skriva ner feedbacken på de lappar de fått. Räkna med att varje

Om det inte blir kreativt nog – dela ut några magasin och uppmana varje grupp att öppna ett magasin på mitten, peka på första bästa bild och föreställ er att detta är er kund eller en viktig nyckel i er verksamhet. Vad skulle denna medelålders kvinna/blomsterbukett/telefon (eller vad det nu är på bilden) kunna ha för roll i kedjan mellan dig och dina kunder, mellan dig och din revisor, på facebook (eller vad nu entreprenören står inför för utmaning).

pitch allt som allt får ta max tio minuter om det är tre grupper. Mer tid för färre grupper och mindre tid för fler grupper. Finns det tid kvar när alla skrivit en stund kan man även ta viss feedback muntligen. Lapparna lämnas in till den som pitchat och det är nästa entreprenörs tur.

Glöm inte att gå runt i grupperna och lyssna in och ställ frågor som hjälper grupperna på vägen.

18.30 Är det tre grupper borde ni rimligtvis vara klara vid den här tiden. Dela då ut duk nummer fyra och fem som entreprenören i fokus får med sig hem. Duk nr fyra är pitchen, något mer omfattande för entreprenören att fördjupa sig i. Duk nr fem är en actionplan där entreprenören fyller i aktiviteter ett år framöver som ska leda hen till sina mål.

Pitchen: En elevator pitch går ut på att du under en stund, kort som en hissresa, på ett kärnfullt sätt ska kunna presentera din verksamhet och vilka behov du löser. Den pitch som deltagarna ska göra för varandra i Business Lab ska fokusera på att få feedback på något, dock lika kort som en elevator pitch. Vad behöver åhörarna veta då? Exempel: Fredrik har under Business Lab diskuterat i sin grupp hur han ska hitta någon tjänst eller produkt som ger honom en kassako när det han brinner för inte ger honom tillräckligt betalt för att kunna försörja sig på det: "Min passion är att måla inom konstformen graffiti. Jag målar helt unika tavlor stora som väggar och vill att varje detalj, varje färgval ska symbolisera något som har med tavlans placering att göra. Varje bild tar så lång tid att det är svårt att hitta kunder som kan betala för den tid jag vill lägga ner. Nu har jag en tanke om att ta fram bilder som kan massproduceras istället och tänker att köksluckor skulle kunna vara den nya arenan där min konst kan hitta en plats. Vad mer än köksluckor skulle kunna massproduceras på detta sätt?"

Vill du ha en återkoppling från entreprenören efter 4 eller 6 månader för att se hur det går med affärsutvecklingen, be dem att skriva in det i rutan redan innan de går hem "kontakta CRED och berätta hur det går med min affärsutveckling"

Ps. Detta schema är väldigt detaljerat. Se det som en support om du är helt ny. Är du van processledare kan du givetvis skapa processen så som passar dig bäst och varje fas kan fördjupas med en egen workshop, eller så går du in i nästa steg: CRED Crowd Business Modelling.

Tacka alla så mycket för den här gången och lycka till med alla nya idéer och kontakter. Berätta vem det är som sitter i fokus nästa gång och skicka med dem duk nummer ett för att förbereda sig hemma.

Snyggt jobbat!