

Välkommen som deltagare i Value creation Forum!

Ett value creation forum är precis vad det heter: att skapa värde. Presentationen du snart ska få höra är en 1,10 resp 2 min pitch, en nedkokad variant av företagets erbjudande som ger värde till företagets kunder. I ett value creation forum ger vi strukturerad feedback till entreprenören, och bidrar på så sätt till att stärka företagets erbjudandet.

Entreprenören presenterar pitchen flera gånger, så här inför en större grupp eller för sin kollega/man/partner/kund. Genom att iterera, upprepa processen presentera -få feedback-förbättra utifrån feedbacken utvecklar entreprenören sitt erbjudande.

De olika rollerna



(grön)

Positiv feedback

Vad var mest värdefullt?
Vad gillade du – varför?
Vad bör inte ändras?
Vad tyckte du var bäst?



(röd)

Förbättringspotential negativ feedback

Vad saknas?
Hur kan man stärka värdet för publiken?
Var värdet otydligt eller inte attraktivt?
Var saknades siffror?
Vad saknades i erbjudandet?



Kundens (användarens)
perspektiv

Hur bra är det jämfört med mina
alternativ
Vilket värde ger det här till kunden?
Vilka ändringar skulle stärka
erbjudandet?



(vit)

Du är investerare

Vad skulle en investerare vilja höra?
Är den här investeringen redo? Varför /inte/?
Är möjligheterna stora nog att säkra
investeringen?
Vilka ändringar skulle göra en investering mer
attraktiv?

Sist får alla chansen att ge kommentarer.

Tänk på:

- Använd inte MEN. (Det var ju en intressant presentation, men...)
- Ge kort och koncis feedback utifrån den roll du tilldelats

Presentation av ditt erbjudande

Den här presentationen innehåller ditt erbjudande, som utgår från dina kunders behov. Det är en intresseväckare, en pitch, anpassat efter målgrupp (tex finansiär, kund, media).

För att få ett så starkt erbjudande som möjligt, ska du presentera det många gånger, inför en större grupp eller för din kollega/sambo/partner/kund. Genom att iterera, upprepa processen presentera -få feedback -förbättra utifrån feedbacken , utvecklar du ditt erbjudande. När feedbacken inte tillför mer, DÅ är du klar.

Målgrupp/publik/person du pratar med: _____

Din slutkund (om annan än ovan): _____

Anslag . Fånga publikens intresse, Varför finns det här företaget? Varför gör vi det här, vad är syftet. Koppla gärna till behoven.

Vilka behov eller problem upplever kunderna är viktiga att få lösta - funktionella, känslomässiga. För investerare: hur stor är marknaden. (need)	Need
Er specifika lösning för att tillfredsställa det behovet eller problemet. (approach)	Approach
Kundernas ekonomiska, praktiska och känslomässiga fördelar , i relation till deras upplevda kostnader . Kan räknas i pengar, tid, mm. Förstärk med siffror, statistik. (benefits/cost)	Benefits
Vilka är konkurrenterna , alternativen? Nu, framöver? Varför är dina benefits per cost bättre? (competition)	Competition

De behöver inte komma i den här ordningen, bara alla ingredienser finns med.

AVSLUT. Vad är nästa steg, vad vill du att publiken ska göra nu?