

## 1) Branding er ikke en enganghandling

Din branding bliver ikke perfekt i første forsøg.

Du har ikke brug for en kompliceret uddannelse for at komme i gang.

Du skal prøve dig frem - så vil dine særkender træde frem med tiden.

Er du nybegynder i dit fag: Kast dig ud i det. Gør det simpelt. Gå med det som føles rigtigt. Din interaktion med dine kunder vil gøre det klart for dig hvad dit brand skal være.

Har du været i gang et stykke tid: Tag en samtale med dig selv, en coach eller en anden klog person. Tal om hvad du vil med det du gør, hvad virker, hvad virker ikke. Formuler det og gennemgå din hjemmeside så disse særkender træder frem tydeligt. Brug det i din kommunikation.

## 2) Branding tager udgangspunkt i det du slet ikke kan lade være med at gøre og være.

Ideelt set har vi selv mulighed for at vælge hvad vi vil lave i vores virksomhed. Kunsten er at finde et match mellem det du slet ikke kan lade være med at gøre og være, og så nogen der gerne vil betale for dine evner.

Gå en tur og tænk over hvad du helt naturligt altid gør og føler glæde ved. Hvilke emner og problemstillinger elsker du at løse. Hvor lyser du op? Skriv ned, eller tal i din optagefunktion på din telefon.

Gå det igennem og skriv tekster, blog indlæg, lav webinarer/facebook live osv. om det. Så kalder du på dine kunder der føler sig mødt af det.

### 3) En del af din branding er at definere hvem det er du brænder for at hjælpe

Masser af mennesker har brug for hjælp eller har et uopfyldt behov, men ikke alle kan hjælpes - desværre.

For at du kan hjælpe dine kunder skal de være klar og have det rigtige mindset, og de skal svinge med dig.

Brug en gåtur på at tænke over om du har en person du har hjulpet, hvor det hele bare gik super. Kemi'en var god og resultatet var tilfredsstillende for begge. Denne person skal du henvende dig til i dine markedsføringsbudskaber. Det er din ideelle kunde.

Har du ingen kunder haft endnu. Så forestil dig hvordan interaktionen skal være for at alting lykkes.

Skriv ned. Formuleringen i din markedsføring kan være " jeg kan bedst hjælpe dig hvis:

Du er ....

Du har ....

Du er villig til .....

Du er klar til ....

Du er indstillet på ....

#### 4) Målet er at kunne udbyde services og produkter som matcher både dine egne og dine kunders præferencer.

Det er din virksomhed, så du bestemmer, men hvis du ikke tilbyder det som kunderne vil købe, så lukker business.

Øvelsen er at finde et "sweet spot" hvor du føler at du giver en god hjælp uden at blive udnyttet, og din kunde føler sig hjulpet og godt tilfreds.

Det er ikke sikkert at du rammer rigtigt i første forsøg. Du skal være villig til at prøve nogle ting af.

Se din nye virksomhed som et laboratorium hvor der kan eksperimenteres.

F.eks kan det ske at du faktisk får flere kunder hvis du sætter prisen op. (fordi folk ser højere pris som højere kvalitet)

Det kan også være at det går bedre hvis du tilbyder forløb i stedet for enkelte behandlinger/sessions (fordi folk gerne vil tages seriøst og have ordentlig støtte)

Eller at du får flere kunder hvis du laver nogle begrænsninger på hvilke typer af problemer du arbejder med. (fordi du bliver opfattet som en ekspert)

## 5) I din markedsføring skal din branding have fokus på at kommunikere hvem du hjælper med hvad og hvordan.

Når du er mere tydelig omkring hvem du er, hvad du tilbyder og til hvem så bliver din markedsføring mere effektiv.

Men du skal gå i gang inden det er perfekt. Der er alt alt for mange som venter med at tilbyde noget som helst fordi de ikke selv føler at det er godt nok, eller tydeligt nok.

Få hjælp hvis du går i stå. En handleplan du udvikler sammen med en udenforstående kan være en god idé. Tal med andre om det. Tag det seriøst, men samtidig ikke så seriøst at det skræmmer livet af dig.

Det er et eksperiment, og resultatet bliver forfinet med tiden.

## 6) Hvad kan du slet ikke snuppe!

En øvelse du kan lave for at blive klar på hvad du vil tilbyde kan også gå i retning af hvad du **ikke har lyst til**.

Er der noget der gør dig harm, irriteret eller sur? En stærk holdning til noget er også en del af branding.

F.eks havde jeg en spændende samtale med en Ann-Karin fra mit team om hvad der adskiller Praktisk Praksis fra vores konkolleger på markedet.

Jeg kom frem til at vores fokus og drivkraft er, at vi virkelig gerne vil følge vores kunder helt til dørs. De skal ikke have en kompliceret eller overfladisk viden, som de ikke kan implementere.

De må heller ikke bliver solgt på en drøm om at noget er pærenemt, hvis det faktisk ikke er det.

De skal have support og undervisning på det niveau hvor de er, og der må ikke være nogen huller folk kan falde ned i.

Vi vil virkelig gerne have at de lykkes. Det er sekundært at tjene en masse penge.

Naturligvis skal forretningen give overskud, men vi tilbyder ikke kurser alene fordi det vil give en indtjening her og nu. Det skal være til reel nytte for folk.

Derfor er vi faktisk nogen af de få der beskæftiger os med de tekniske aspekter i at drive en forretning. Det er besværligt sted i markedet at drive forretning, fordi teknik hele tiden udvikler sig, så det kræver meget arbejde for os.

Det er let nok at lave et teoretisk online kursus og sælge det til folk. Og det er der mange der gør. Det er lettere penge.

Vi vil gerne sørge for at folk kommer i mål og det kræver at de får hjælp til det tekniske og løbende support.

Dette er mit eksempel.

Det er en ting som er blevet mere klar for mig over tid. Det var ikke noget jeg kunne formulere da jeg startede.

Derfor, gå i gang nu og hav en opmærksom og legende tilgang til din virksomhedsudvikling. Så kommer branding mere naturligt.

Kom med i [Facebook Gruppen](#) og få hjælp til din online markedsføring eller tag hele pakken og kom med på [Online Markedsføringsforløbet](#)



# Online Markedsføringsforløb

Nå din drøm om en blomstrende forretning  
med nem online markedsføring

Start 3. april