

CHECKLISTA

6 frågor att besvara för att kunna sprida din sociala innovation till så många som möjligt

1: Varför är det viktigt?

Att skala upp sin sociala innovation och börja sälja sin lösning till offentlig sektor är både ett långt och hårt arbete. Därför är det viktigt att som social entreprenör ha ett tydligt "varför". För vem gör du det här? Hur viktigt är det för dig?

2: Varför behövs ni och vad gör ni som ingen annan gör?

Nästa steg är att säkerställa att du bedriver en verksamhet som faktiskt gör skillnad – att testa din idé. Det gör du genom att komma ut och jobba med målgruppen. När du bidragit till målgruppen med din lösning i några år vet du om metoden är stark, och lär dig hur du ska göra den än starkare. Stiftelser är ett bra sätt att få finansiering för att kunna starta upp och testa sin idé.

3: Vad händer med de människor som deltar i ert program?

För att skapa värde behöver du jobba med samma individer över tid, det är i den långsiktiga relationen som förändring skapas. Börja med att dokumentera den förändring du ser att du skapar: Hur har din målgrupps tillvaro förbättrats tack vare ditt initiativ? I nästa steg är det viktigt att sätta upp ett system för mätning och uppföljning.

4: Vilket värde skapar ni och vad kostar det att genomföra insatsen?

Om du löser ett problem för någon, då kan du också ta betalt för din tjänst. Det är viktigt att förenkla och konkretisera det du gör så att det är lätt för andra att förstå din insats. Du behöver också tydligt förmedla på vilket sätt du är expert och bäst lämpad att arbeta med målgruppen. När du sen ska sätta pris bör du tänka på tre saker; vad kostar det dig att genomföra insatsen? Vilket värde skapar du för din kund? Vad tar andra betalt för liknande insatser?

5: Vem ansvarar för er målgrupp?

Nästa steg är att identifiera vem din kund inom offentlig sektor är. Ta först reda på vilken förvaltning eller myndighet som jobbar närmast din målgrupp. Om din insats löser ett problem som en förvaltning har, eller hjälper en förvaltning att uppnå ett mål, då är det din kund. Om du inte har full koll, boka möte med den förvaltning eller person som du tror jobbar med din målgrupp, och ställ frågor för att hitta rätt. Om de du träffar under första mötena inte är rätt motpart vet de kanske vem som är.

6. Har ni rätt team?

Att lyfta blicken, se och mäta vilket värde ni skapar, utveckla tjänster och sälja till offentlig sektor är ett långsiktigt arbete. Och det kommer sannolikt ta tid innan de resurser ni lägger ger resultat. För att ta steget att skala upp behöver därför organisationen stärkas och rustas upp. Det är till exempel viktigt att medarbetarna har tydliga rollbeskrivningar och ansvarsområden så att alla vet vad de ska göra och organisationen blir effektiv.

Nu är ni redo att påbörja försäljningsarbetet! Några tips på vägen:

- Visa vilka resultat du kan skapa, men också hur du kommer skapa dem. Kommunen måste snabbt förstå vilken användning de faktiskt har av dig för att förbättra situationen för målgruppen.
- Presentera det du gör som ett komplement. Tänk på hur du kan hjälpa din kund att bli bättre – prata inte om att det de gör idag är dåligt.
- Visa på det som gör dig unik, vad din unika kunskap om målgruppen är och det track record ni redan byggt upp. Varför ska de välja just dig?
- Bygg förtroende och en god relation. Det gör man genom att vara professionell, alltid vara i tid och vara förberedd inför alla möten.
- Var uthållig och långsiktig. Får du nej i mötet, boka fler!