

Sammanfattning Affärsutvecklingscoaching inom Samspel63

Bakgrund och syfte

Denna sammanfattning beskriver genomförandet av affärsutvecklingscoachingen inom Samspel63 och lyfter fram centrala iakttagelser, deltagarnas återkoppling och de rekommendationer som lyfts i rapporten. Insatsen har riktat sig till småföretagare inom kulturella och kreativa branscher i Jämtland, Härjedalen och Trøndelag.

Affärsutvecklingscoachingen har genomförts av Evelina Lundqvist, [The Good Tribe](#), på uppdrag av Samspel63. Sammanfattningen utgår från The Good Tribes slutrapport och dokumentation från genomförandet.

Syftet med insatsen har varit att ge deltagarna individuellt och behovsbaserat stöd i utvecklingen av sina företag, med fokus på affärsmodeller, erbjudanden och ökad handlingskraft i det egna företagandet.

Upplägg och genomförande

Affärsutvecklingscoachingen genomfördes under perioden september–november 2025 och omfattade totalt 14 deltagare som valdes ut genom en öppen ansökningsprocess. Varje deltagare erbjöds fyra timmars individuellt affärsutvecklingsstöd, helt digitalt.

Coachingen genomfördes i form av individuella samtal via Zoom och dokumenterades och visualiserades löpande i Miro. Upplägget omfattade tre moment:

- inledande kartläggningssamtal med fokus på nuläge och behov (ca 30 minuter)
- tre fördjupande fokusmöten (ca 60 minuter vardera)
- avslutande samtal med fokus på lärdomar och nästa steg (ca 30 minuter)

Samtalen låg tätt i tid, oftast med en till två veckor mellan träffarna. Varje möte avslutades med att deltagaren själv formulerade en frivillig och konkret uppgift att arbeta vidare med inför nästa träff.

Vid behov kunde deltagarna även få fördjupad vägledning inom exempelvis marknadsföring eller ekonomi. Ett mindre antal deltagare sattes i detta sammanhang i kontakt med externa experter för att bolla specifika frågor.

Affärsutvecklingscoachingen genomfördes enligt principerna i ISO 20700. Det innebär att alla beslut, prioriteringar och vägval fattades av deltagarna själva. Rådgivarens roll var att ställa frågor, spegla resonemang, skapa struktur och bidra till ökad tydlighet, utan att ge direkta rekommendationer eller lösningsförslag.

Målgruppens behov och utmaningar

Samtalen med deltagarna ger en samlad och nyanserad bild av behov, utmaningar och arbetssätt hos småföretagare inom kulturella och kreativa branscher.

Många deltagare präglades av hög kreativitet, starkt driv och ett stort antal idéer i rörelse samtidigt. Ett återkommande mönster var att deltagarna hade fler idéer än tid, upplevde svårigheter i att välja bort och uttryckte ett tydligt behov av strukturstöd. Affärsutvecklingscoachingen fungerade därför inte enbart som affärsrådgivning, utan även som stöd i fokus, sortering och spegling.

Ett annat tydligt tema var ensamhet i företagandet. Flera deltagare beskrev behov av att bolla idéer, få återkoppling och känna att någon följer processen. Behovet av en sparringpartner eller så kallad accountability-person återkom i flera samtal och beskrevs som avgörande för att orka ta nästa steg i företagandet.

Samtalen visade också att handling ofta sker när stöd finns. De frivilliga uppgifterna mellan träffarna skapade en struktur som bidrog till att idéer oftare omsattes i praktisk handling eller tog ett första konkret steg framåt.

Metodinsikter från coachingen

→ Visualisering som stöd i affärsutvecklingen

Ett genomgående metodiskt inslag i affärsutvecklingscoachingen var visualisering. Miro användes kontinuerligt som gemensamt arbetsverktyg och fungerade som ett visuellt stöd där deltagarna kunde följa resonemang, se förändringar mellan träffarna och få överblick över exempelvis tidslinjer, kundsegment samt produkter och tjänster. Det visuella arbetssättet bidrog till ökad klarhet och stärkte förmågan att fatta beslut.

→ Tidslinjer som verktyg för planering och prioritering

Att skapa en tidslinje tillsammans med deltagarna var ett viktigt moment. Tidslinjen användes för att skapa överblick över kommande månader, och i vissa fall år, och bidrog till att reducera stress, förtydliga prioriteringar och skapa mer realistiska förväntningar kring hur många idéer som är möjliga att arbeta med parallellt. Tidslinjen framstod som ett av de mest användbara verktygen i coachingen och gav stöd i både kortsiktiga och mer långsiktiga ambitioner.

Återkommande utvecklingsområden

→ Potentiella kunder och målgrupper

Kartläggning av potentiella kunder var den enskilt största utvecklingspunkten i affärsutvecklingscoachingen. Nästan alla deltagare behövde stöd i att definiera målgrupper, hitta fler och rätt betalande kunder samt tydliggöra vem deras erbjudanden riktar sig till. Arbetet varierade i omfattning, från översiktliga skisser till mer detaljerade kartläggningar, och genomfördes tillsammans med flertalet deltagare.

→ Tjänstepaketering, fokus och prioritering

Tjänstepaketering och fokus var ett återkommande tema. Många deltagare erbjöd flera olika tjänster eller produkter parallellt och upplevde svårigheter i att prioritera. Ett tydligt behov fanns av att skala bort, välja kärntjänst eller kärnprodukt och skapa ett mer fokuserat erbjudande.

→ Webbnärvaro som flaskhals

Webbnärvaro framstod för många som en flaskhals i företagandet. Deltagarna upplevde webbsidan som viktig för synlighet och försäljning, men också som tidskrävande, komplex och svår att komma i mål med. Frågor kring innehåll, struktur, målgruppsformulering och budget återkom i flera samtal.

→ **Ekonomi och bokföring**

Ekonomi och bokföring skapade mentalt motstånd hos vissa deltagare. Budgetering och ekonomisk struktur saknades ibland helt eller delvis, och ekonomifrågor kopplades ofta till stress. I några fall fick deltagare stöd från projektteamet kring projektbudget och relaterade frågor, vilket visar att behovet av ekonomiskt stöd finns.

→ **Arbetsbelastning och återhämtning**

Arbetsbelastning och återhämtning var ett återkommande tema kopplat till långsiktig hållbarhet i företagandet. Flera deltagare lyfte stress, risk för utmattning och behov av att aktivt planera in pauser, ställtid och skapandetid som en del av sitt företagande.

Deltagarnas återkoppling

Vid det avslutande tillfället avsattes tid för utvärdering. Deltagarnas återkoppling visar att affärsutvecklingscoachingen gav både praktiskt stöd och ett mentalt lyft. Många beskrev värdet av att få stanna upp, reflektera och konkretisera sina idéer samt att bli lyssnade på och sedda i sitt företagande.

Behovet av en sparringpartner framstod som en tydlig röd tråd. Flera deltagare beskrev värdet av att ha någon som följde processen, ställde frågor och bidrog till uppföljning.

Sammantaget uttryckte deltagarna att rådgivningen bidrog till ökad trygghet, tydligare riktning och mer fokuserad handlingskraft i det fortsatta företagandet.

Resultat och värde för deltagarna

Affärsutvecklingscoachingen ledde till flera konkreta resultat för deltagarna, både i deras företagande och i deras personliga förhållningssätt till entreprenörskapet.

Bland de resultat som återkommer i deltagarnas återkoppling och i rapporteringen märks bland annat:

- ökad tydlighet kring målgrupper och potentiella kunder
- framtagna tidslinjer som grund för handlingsplaner och strategier
- genomförda kundtester och pilotprojekt
- tydligare tjänstepaket och mer precisa formuleringar

Flera deltagare tog också fram utkast till webbsidetexter och marknadsföringsmaterial och utvecklade sin förmåga att tydligare kommunicera sina erbjudanden och priser. Arbetet med formuleringar bidrog till ökad professionalitet och tydlighet i kommunikationen.

En viktig effekt var även ökad trygghet, mod och handlingskraft i företagarrollen. Flera deltagare beskrev att de började se sina verksamheter som möjliga att utveckla vidare, utifrån sina egna förutsättningar och vägval.

Användningen av ChatGPT ökade markant under projektets gång och användes av flera deltagare som skrivhjälp, idépartner och verktyg för kundanalys, vilket bidrog till ökad självständighet och minskad upplevd ensamhet i arbetet.

Rekommendationer framåt

Rapporten lyfter flera inriktningar som är särskilt viktiga att ta med i framtida insatser riktade till företagare inom kulturella och kreativa branscher.

→ **Fortsätt med individuellt och behovsbaserat affärsstöd**

Ett flexibelt upplägg, anpassat efter deltagarnas faktiska behov, bidrog till engagemang genom hela processen.

→ **Tydliggör målgrupper tidigt i processen**

Nästan alla deltagare behövde stöd i att definiera och förstå sina målgrupper, vilket är avgörande för vidare arbete med erbjudanden, marknadsföring och försäljning.

→ **Tillhandahåll enkla verktyg, mallar och stöd för digital kompetens**

Enkla verktyg och mallar kan sänka trösklar och skapa struktur i moment som webbnärvaro, erbjudanden och planering. Riktat stöd i digitala verktyg som ChatGPT och Canva kan samtidigt stärka den digitala kompetensen i vardagen.

→ **Integrera test- och pilotarbete i processen**

Tidig prövning av idéer gav viktiga insikter och bidrog till snabbare utveckling.

→ **Ge utrymme för hållbart tempo och återhämtning**

Ett rimligt tempo, utrymme för återhämtning och tillräcklig tid mellan samtalen är centralt för långsiktig utveckling och minskad stress.

Sammanfattande slutsatser

Affärsutvecklingscoachingen, genomförd av The Good Tribe på uppdrag av Samspel63, visar att individuellt och behovsbaserat affärsstöd har stor betydelse för företagare inom kulturella och kreativa branscher. Kombinationen av täta samtal, visuell dokumentation och konkreta uppgifter mellan träffarna skapade struktur, fokus och rörelse framåt i deltagarnas företagande.

Samtalen tydliggör återkommande behov av stöd kring kundkartläggning, prioritering och tjänstepaketering, liksom kring webbnärvaro, marknadsföring och planering över tid. Därtill framträder den sociala dimensionen tydligt, där tillgången till en kontinuerlig sparringpartner bidrog till minskad upplevd ensamhet och stärkt handlingskraft.

Sammantaget visar affärsutvecklingscoachingen på värdet av att kombinera praktiskt affärsstöd med struktur, reflektion och kontinuerlig uppföljning i framtida insatser för målgruppen.



Projektet finansieras av Interreg Sverige-Norge, Region Jämtland Härjedalen, Trøndelags Fylkeskommune och Stiftinga Hilmar Alexandersen. Samarbetspartners är Tindved och Visit Innherred.