



# Workbook

## Identifiera din Drömkund

[WWW.SOULBIZZACADEMY.COM](http://WWW.SOULBIZZACADEMY.COM)



## Identifiera din drömkund

Första steget i att attrahera din drömkund är att veta vem din drömkund är för att kunna komma i kontakt med henne.

I en undersökningen jag gjorde med företagare framkom det tydligt att det är få personer som har gjort en grundlig kundsundersökning. Endast 34 % hade gjort det.

### **Kundundersökning kan vara en av nycklarna till framgång!!!**

Jag säger inte att det måste vara det, men det är en enorm styrka att ha kontakt med sin drömkund. 61% i undersökningen vet inte vem deras drömkund är! Hur ska du då veta var du ska hitta din kund och vad din kund behöver hjälp med inom ditt område? Du kommer bygga din kundlista och följare mycket snabbare om du vet vem din drömkund är.

### **Men varför kan du inte bara arbeta med alla kunder?**

För att du ska arbeta med dem som ger dig ENERGI och GLÄDJE. När du arbetar med din drömkund går det lätt och känns lustfyllt. Om du känner det motsatta så är det inte din drömkund.

Genom att ha en specifik kund framför ögonen kommer du att kunna kommunicera till din kunds hjärta. Din kund känner att du VET vad hennes utmaning är och HUR du kan hjälpa henne. Det är som att du talar rakt till henne, hon känner sig träffad och känner att du kan hjälpa henne där hon står.

Med andra ord så attrahera du din drömkund.

## Rädslan för att nischa sig!

Många blir rädda för att vara specifika och nischa sig i sitt kundval, för de tror de missar en massa kunder om de blir för specificerade.

Jag vet, jag har själv varit där. Men lugn, du gör inte det. Det är enbart i din kommunikation som du talar till "en" kund. Sen kommer det att komma fler som är intresserade.

Okej, nu hoppas jag att du har lite mer förståelse varför det är VIKTIGT att identifiera din drömkund för att kunna ATTRAHERA din drömkund. Nu kör vi!

Ladda ner och skriv ut arbetsboken för att svara på frågorna. Notera att jag säger "henne" om drömkunden, det kan så klart även vara en man. Lycka till!



Ulrika Hederberg  
VD Soulbizz Academy

## Vilka egenskaper vill du att din kund ska ha?

Tänk på personer du har i din omgivning som du trivs med. Personer som ger dig energi och som får dig att må bra. Det kan även vara personer som du inte känner men som du skulle vilja lära känna. Vad har de för egenskaper, hur är dem, vilken typ av personlighet har dem, vilken ålder, vad arbetar de med, vad engagerar dem etc.

### ÖVNING 1:

Skriv nu en lista med allt som du gillar hos de personer som ger dig energi. Töm dig på allt du kommer på:

## Specificera din drömkund

Nu ska du från listan du gjorde i övning 1 identifiera din drömkund som du vill jobba med. Det här kommer att ändras lite efter att du har gjort din kundsundersökning (om du gör en) men just nu får du använda dig av det du har och tror dig veta om din kund. Du ska nu kliva in i rollen som att du vore din kund. Inte helt ovanligt att våra kunder är en spegling av oss själva.

*Kursiverade exempel finns i alla övningar.*

### ÖVNING 2:

**Kön:**

*Exempel: kvinna*

**Ålder:**

*Exempel: 40 år*

**Namn:**

*Exempel: Jenny*

**Civilstatus:**

*Exempel: Gift eller Sambo*

**Boende:**

*Exempel: Villa*

## Yrke:

*Exempel: Ledande befattning med mycket ansvar.*

## Inkomst:

*Exempel: Minst 30.000 kr*

## Intressen:

*Exempel: Allt runt familjen och middagar med vänner. Personlig utveckling.*

## Personlighetsdrag:

*Exempel: Härlig positiv energi. Stort hjärta med hög empati och närvaro. Högekänslig och ambitiös.*

## Livsvärderingar:

*Exempel: Människors lika värde. Mänskliga rättigheter. Barns rättigheter. Hon står upp för de utsatta och orättvist behandlade, hon vill alla väl.*

## Social media närvaro:

*Exempel: Facebook och Instagram*

## Nätverksnärvaro:

*Exempel: Hon har inte tid för det men skulle vilja delta i kvinnliga nätverk för ledare. Hon finns dock i HSP-grupper på Facebook.*

## Livsstil:

*Exempel: Yrkesarbetande högpresterande "duktig flicka" som tar på sig en massa ansvar hemma, på arbetet, i förening eller i organisationer. Hon sätter familj och vänner före sig själv. Hon stressar runt till alla aktiviteter och känner sig otillräcklig trots att hon alltid ställer upp. Hon är den som "tar tag" i det som behöver göras i barnens klass, barnens aktiviteter etc. Det är en kvinna med stort hjärta men som inte hinner med allt som hon vill göra och främst inte sig själv.*

## Behov:

*Exempel: TID för att stanna upp och andas och göra saker som hon själv älskar att göra. Behov av bekräftelse att hon duger som hon är dvs utan att vara alla till lags.*

*På nätterna ligger hon vaken för att det tar tid att komma ned i varv. Hon ligger och tänker på att hon inte orkar ha det så här längre. Hon vill inte ta allt ansvar och hon vill ha mer tid för sig själv och med familjen i lugn och ro. Hon vill inte stressa längre då det gör henne så TRÖTT och på dåligt humör. En känsla av att livet springer iväg från henne och hon vill göra så mycket mer men vet inte riktigt vad.*

## Längtan:

*Exempel: Att ha mer tid för sig själv. Att inte behöva känna sig stressad. Att inte ha någon press eller krav på sig. Att kunna vara närvarande med familjen, inte alltid "på väg". Hon vill göra något annat men vet inte riktigt vad. Hon vill främst vara i balans och må bra och att ha TID.*



## Hinder:

*Exempel: Svårt att säga nej, rädsla att göra andra besvikna. Rädsla för vad som ska hända om hon släpper ansvaret. Tänk om omgivningen upplever henne egotrippad. TID? Hur ska hon ha tid att skapa sin egen tid hon måste ju skjutsa barnen till aktiviteter mm. Hon har en massa föreställningar om hur en bra mamma och partner ska vara. Vem är hon om hon inte gör det hon gör*

## Rädslor:

*Exempel: Att misslyckas. Att inte vara omtyckt och älskad. Att bli lämnad helt ensam.*

## Drömmar:

*Exempel: Självförverkligande, gärna starta eget. Friheten att styra sin egen tid. Vill ha en lugnare vardag utan krav och stress. Vill hoppa av ekorrhjulet och våga gå sin egen väg.*

## Vad har din kund för positiva- och negativa triggers?

Triggers är ord som väcker känslor som du kan ta med dig i dina texter för att nå fram till din kund. De negativa trigger orden ska beröra din drömkunds frustration och de positiva ska beröra deras längtan. Det här kan ändras efter din idealkundsundersökning då du får din kunds egna ord.

### ÖVNING 3:

#### Negativa triggers:

*Exempel: Stress, Tidsbrist, Sätter andra före sig själv, Brist på ork, Svårt att säga nej.*

#### Positiva triggers:

*Exempel: Tid, Frihet, Balans, Lugn och ro, Glädje, Vill något mer.*

## Nu ska du få testa på att skriva ett brev till din drömkund.

Det är en träning i att gå in i känslan att beröra din kund. Din drömkund ska känna att du talar direkt till henne och att du verkligen känner henne på djupet. Hon blir berörd av att du vet vad hon kämpar med och vad hon innerst inne längtar efter.

### ÖVNING 4:

Skriv ett brev till din kund.

*Exempel:*

*Hej,*

*Är du kvinnan mitt i livet som inte räcker till? Du har haft fullt upp i din mammaroll och satt din familj, vänner och arbete före dig själv i många år så att du har glömt bort dig själv. Du stressar runt mellan hem, arbete och alla aktiviteter och livet snurrar på snabbare och snabbare. Du känner dig stressad, trött och otillräcklig. Du vill ha ut något mer av livet. Mer av dig själv men vet inte riktigt vad och hur, men något trycker på och något känns inte rätt. Kanske du innerst inne har en aning om vad du vill, men du har en massa rädslor eller föreställningar som står i vägen för att våga ta steget mot din längtan och du vet inte hur du ska göra.*

*Ingen fara, du är inte ensam. Jag och många andra har varit där men har tagit oss ur det och lever idag ett liv där vi faktiskt räcker till och gör mer av det vi älskar i livet, det som får oss att må riktigt bra. Vill du ha hjälp att skapa din förändring så hör av dig för du är värd ett lustfyllt liv med en massa energi och glädje.*

*Varma hälsingar*

*Ulrika*

## ÖVNING 4:

Skriv ett brev till din kund.

## AVSLUT

GRATTIS! Nu har du tagit ditt första viktiga steg i att attrahera din drömkund. Nu har du bra koll på vem din kund är. Nästa steg är att söka upp och ställa frågor till din drömkund för att lära känna henne på djupet för att få svar på vad hon behöver hjälp med inom ditt område.

Vill du gå vidare och ha hjälp med hur du skapar bra kundundersökningar och intervjuer där din kund talar om vad vad hon vill ha hjälp med inom ditt område så är du varmt välkommen till att bli medlem i Soulbizz Academy. Jag önskar dig det bästa! // Ulrika Hederberg

[TILL SOULBIZZ ACADEMY](#)

*Bra jobbat!*



Copyright© Ulrika Hederberg

Materialet är skyddat av upphovsrätten och får inte kopieras eller delas vidare..

[WWW.SOULBIZZACADEMY.COM](http://WWW.SOULBIZZACADEMY.COM)