



Du behöver en USP, nu!

En artikel i Tillväxtskolans kunskapsserie

Du behöver en USP, nu!

Du kanske har hört någon prata om att du måste ha en USP eller så har någon sagt, vad gör dig så speciell? Det är samma sak, en USP är bara affärsterminologi men i grund och botten är logiken bakom konceptet väldigt simpelt och väldigt kraftfullt. USP står för Unique Selling Point och grovt översatt betyder det Unikt säljargument.

Vad är ett unikt säljargument?

Grunden att förstå varför du behöver ett unikt säljargument är insikten om att hur annorlunda du än tror din tjänst eller produkt är, så finns det alltid konkurrenter. Har du inga konkurrenter, så är det troligtvis inte en bra idé, eller du är väldigt tidig med den, vilket också kan vara dåligt i vissa fall. Säg att du har hittat en helt ny marknad utan konkurrenter, det kommer inte hålla länge om det visar sig att du hade rätt.

Därför måste du tydligt förklara varför en

potentiell kund ska komma just till dig istället för någon av de andra företagen som erbjuder likadana eller snarlika produkter och tjänster.

Säg att du säljer skor, klipper hår, installerar ellösningar eller förmedlar vårdplatser, chansen är väldigt stor att dina kunder har flera företag att välja mellan, kanske inte på samma gata men inom ett acceptabelt avstånd (detta beror helt och hållet på hur unik din produkt och just ditt erbjudande är, en hamburgerkedja måste vara inom 10-15 minuter från en kund, en e-handelsaffär kan vara inom Sverige).

Säg att en kund har behov av din produkt eller tjänst, han letar lite på Internet och hittar dig och tre andra företag i samma bransch och inom rimligt avstånd. Det är nu ditt unika säljargument blir så kritiskt, vad är det som kommer få de att välja dig när de avgör mellan dem fyra företagen framför sig.

En bra USP kräver två saker

1. Det du erbjuder måste vara något de faktiskt värdesätter - ofta så säger våra klienter att deras USP är något som deras kunder inte faktiskt värdesätter, de bryr sig inte om det lika mycket som företaget tror att de gör.
2. Det måste vara något unikt för ditt företag, dina konkurrenter får inte erbjuda något likadant. Viktigt att anmärka här är att det får vara något de gör men att du kanske gör det avsevärt bättre, t.ex. Att de erbjuder hemkörning men att din är mycket snabbare, eller mycket billigare. (179kr istället för 199kr är en väldigt svag USP)

Skriv nu ner din USP. Det är svårt att förbättra den när det är löst formulerat i ditt huvud. Är det nedskrivet kan du istället börja få feedback, testa om folk förstår, om folk håller med. När du väl har den nedskrivet, testa den med minst en bekant eller någon som förstår din produkt och dina kunders behov av den.

Kom ihåg!

- Förstå dina direkta konkurrenter, det gäller att förstå vilka dina kunder skulle välja, bortse inte från såna som inte är direkt på din ort.
- Förstå dina kunders behov så din USP inte är något du tror dig veta de vill ha, vår kundkunskap är ofta baserade på anekdotala erfarenheter och konversationer – en bra USP är baserad på opartisk fakta
- Kolla med en opartisk bekant, verkar det som att din USP faktiskt håller, 1. Är det något hen tror dina kunder bryr sig om och 2. Är du avsevärt bättre än dina konkurrenter om det
- Håller du dig fast vid en USP som du sen en tid tillbaka förlorat? Ofta vill vi inte inse att konkurrenter har kommit ifatt eller gått om, om de märker att något funkar bra för dig så kommer de vilja kopiera det.

Om Tillväxtskolan

Tillväxtskolan erbjuder företagsrådgivning för mindre företag i ett mer tillgängligt format och pris. Vi gör rådgivning som tidigare bara var tillgänglig för stora företag genom dyra konsulter nåbar även för mindre företagare. Vi erbjuder strategisessioner, workshops och kurser, allt för att passa dina behov. Hör av dig om du har ett affärsproblem som du behöver experthjälp för att lösa så kan vi ge dig förslag på vilken av våra lösningar som är mest passande. Vi kan även skraddarsy en lösning för just din specifika affärsutmaning. Vi hjälper dig skapa tillväxt i ditt företag.



Strategi | Mindset | Kunskap | Verktøy

www.tillvaxtskolan.nu