



Diarienummer
2011-3070027

Projektnamn Småföretagarnas kompetensförsörjning	Diarienummer 2011-3070027
---	------------------------------

Slutrapport genomförande

Sammanfattning

Ge en sammanfattande beskrivning av projektidé och framkomna resultat.

Företagen har för överlevnad och långsiktig utveckling stora behov av kompetensutvecklingsinsatser med direkt koppling till den egna verksamheten för att snabbt kunna realisera kunskaperna i sina företag. Projektets idé var att underlätta för företagen att få ta del av utbildningsprocesser som ger både personlig utveckling och utveckling för verksamheten. Företagen har behov av enskild skräddarsydd utbildning och utbildningar som förläggas i tid och plats på ett sådant sätt att de sparar tid och reskostnader för företagen.

I projektet har deltagarna genom utbildningsinsatser i sälj, marknadsföring, nätverkande samt genom affärscoachningsinsatser fått verktyg som ger mer struktur och planering för verksamheten. Deltagarna har genom utbildningsprocessen fått mer strukturerade affärs- och marknadsplaner vilket resulterat i ökat fokus på utveckling av verksamheten. De har under projektet jobbat på att bli mer professionella som företagare och gått från att vara specialist (ex trädgårdsmästare, coach etc.) till att vara affärskvinnor. Förmågan att driva företaget på ett mer framgångsrikt och affärsmässigt sätt har ökat.

Projektets resultat

- Redogör kortfattat för det problem och de behov som projektet avsåg att fokusera kring.
- Redogör för projektets ambitioner att göra skillnad, det vill säga hur lösa problemet på ett bättre sätt. Ta utgångspunkt i den eller de programkriterier (lärande miljöer, samverkan, innovativ verksamhet, strategisk påverkan) som projektet valt, men också där så är aktuellt hur aktiviteterna av transnationell och regionalfondskaraktär bidragit.
- Vilka resultat och förslag till goda lösningar har projektet lett fram till?
- Vilken påverkan och genomslag har projektet åstadkommit på individnivå, organisationsnivå och system- och strukturnivå?

Små företag med låg omsättning och lönsamhet har en tendens att lågprioritera kompetensutveckling vilket kan få förödande konsekvenser för företagets fortlevnad. Företagandet är för många ett alternativ till anställning och en alternativ möjlighet till egen försörjning. När små företag lyckas och expanderar finns stora möjligheter att anställa personal och bidra till flera personers försörjning. Livskraftiga små företag med god omsättning och lönsamhet bidrar till tillväxt. Små företagen har för överlevnad och långsiktig utveckling stora behov av kompetensutvecklingsinsatser med direkt koppling till att driva och utveckla det egna företaget. Företagarna behöver genomgå utbildningsprocesser som ger både personlig utveckling och utveckling för verksamheten.

För att snabbt kunna omsätta nya kunskaper i företagets verksamhet så har projektet fokuserat på att ge deltagarna både grupp- och enskild utbildning i en process med stark koppling mellan utbildning och lärande i den egna verksamheten. Mellan utbildningstillfällen har deltagarna haft hemuppgifter att genomföra i den egna verksamheten d.v.s. "learning by doing". Exempelvis har utbildning i marknadsföring resulterat i att hemuppgiften varit att genomföra en marknadsföringsaktivitet i det egna företaget. Utbildningstillfällen har förlagts



med väl tilltagen tid mellan träffarna för att de ska hinna praktisera och se effekter av de nya kunskaperna och samtidigt ha möjlighet att hinna med den ordinarie verksamheten i företaget. Reflektioner från hemuppgifterna har bollats med utbildarna och även med övriga deltagare. Utbildningsplaneringen i projektet har varit deltagarstyrd och utbildningar har förlagts i tid och på platser som sparar tid och resekostnader för företagen. Målsättning för projektet har varit att deltagarna ska ha haft stora möjligheter att bedriva verksamhet parallellt med projektets utbildningar. De individanpassade utbildningarna och affärscoachningen har gett deltagarna verktyg som de mellan utbildningstillfällena kunnat omsätta i den egna verksamheten - som "hemläxor i skarpt läge".

Deltagare har spontant uttryckt att de genomgått en personlig utveckling samtidigt som de kan se utveckling i företagen. Deltagare har under projektiden blivit mer strukturerade och är mindre händelsestyrda än tidigare. Affärs- och marknadsplaner är upprättade och följts. Man har börjat förstå att insikter om jämställdhetsintegrering och tillgänglighet kan bidra till verksamhetsutvecklingen och till en större marknad, fler kunder, ökad omsättning och höjda vinster.

Deltagare har i uppföljning gett bl a följande omdömen:

- Affärscoachning har varit bra, toppen, avgörande för att fortsätta med företaget. Vi är två delägare som har varit i lite olika faser och inte riktigt kunnat jobba framåt, men fått ut massor, att använda senare. Vi har lärt oss oerhört mycket. Vi har lärt oss tänka utanför "boxen", att vi behöver komplettera med annan kompetens, hur man "laddar varumärket" framöver. Projektet har gett mig struktur - att ge/ta mig själv mer tid för sälj/marknadsföring och att jobba med företaget. Efter projektet har jag med mig kunskaper om att kunna utveckla bra marknadsföringsmaterial, Jag kommer att utveckla säljet, hitta "tvillingkunder" och lägga ner mer tid vid skrivbordet.
- Jättebra, jag är otroligt nöjd. Detta har satt igång nya tankar. Jag har fått en ny syn på mig själv. Jag har sett mina påhittade hinder och nya möjligheter. "Den stora poängen är att eftersom detta har rullat över tid, kan jag se att jag faktiskt utfört och tagit tillvara det jag kom fram till i början, jag är i utveckling". Företaget har blivit tydliggjort, mer paketerade tjänster, samt reducerat ned dem till hälften. Jag har vågat öppna upp för min idé, AIKIDO-ledarskap. Fått råg i ryggen, bra stöd från andra deltagare.
- Jag har fått insikt att jag först och främst ska gå på redan upparbetade kunder (gräva där jag står). Att våga gå skarpt, utan testperiod, direkt. Ska investera framåt, fråga ALMI om hjälp. Det betydde mycket för mig att jag fick träffa affärscoachen kontinuerligt. Bra med någon som följer upp och "hacker" på en. Precis det har jag önskat. Alla testerna har bidragit till insikt hur jag är, vilket gör att jag kan anpassa mig. Förändras jag, förändras företaget. Jag har en tydligare marknadsföring och mer förståelse för vikten av struktur. Jag ska skaffa mer egen tid för företaget.
- Jag ska göra en operation i höst och säljkursen och affärscoachningen har betytt att jag inte kommer att stänga firman, som jag tidigare planerat. Veldig bra kombination med säljutbildning, där man lär sig och blir inspirerad, med affärscoachning där Stefan bryter och bänder med ens idéer och åsikter.
- Bra utbildning som hjälper en och ledsagar på en väg framåt. Jag har fått coachning med att skriva avtal med kunderna, jag ger tydligare erbjudanden, har en bättre syn på kampanjer och dess genomföranden samt lärt mig att jobba mer med varumärket. Efter projektet har jag en renare och tydligare butik, mindre plotter, klara budskap som är tydligare för kunden - allt blir mindre komplicerat för kunden.
- Utbildningen har gett mig en helt annan inställning till företagande, det är inget man gör "vid sidan om". Det räcker inte att vara bra på att producera, man måste jobba med företaget också. Detta har blivit tydligt. Marknadsföringen är helt annorlunda, som natt och dag. Jag har fått en helt annan förståelse för marknadsföring och vad tydligt ledarskap innebär. Jag har fått helt ny självinsikt.
- Jättepositivt med projektet, jag har fått massor. Stor stjärna med plus i kanten till de



som arrangerat. Har fått en massa ny kunskap. Står på samma ställe med mitt företag och är ambivalent, ska jag lägga ned den befintliga verksamheten eller ej? Tar med dessa kunskaper in i en ny affärsidé med en partner. Det handlar om ett samarbete med Primärvården, och det kan bli riktigt bra.

- Jättebra för min del och jag har fått tillbaka tron på företaget, var inne på att lägga ned. Affärscoachningen blev en positiv piska, en ynnest att träffa Stefan. Jag har fått ett större engagemang i säljet, förstår att säljarbetet måste prioriteras. Stefan driver på fast på ett behagligt sätt. Resultatet av testerna hjälper mig att veta hur jag ska ta hjälp framåt. Fått struktur på säljet, vissa dagar är nu rena företagsdagar.
- Jag har fått väldigt stor personlig utveckling. Jag har en helt annat självförtroende nu. Jag har lärt mig ett nytt språk- affärsspråket! Bra att man blir tagen där man är och får fokusera helt på det egna företaget. Jag har sett att man kan lära sig nya saker, det är inte kört. Jag har fått insikt om att jag är företaget, spindeln i nätet. Vad som är bra för mig är också bra för företaget. Jag tar med mig framåt att jag ska vara mer rak i diskussioner. Jag kliver numer fram mer och tar tag i saker. Känner mig mer trygg och säker nu. Dessutom har det visat sig att jag är en säljare, vilket jag påstod mig inte vara i början av projektet.

Projektets deltagare är småföretagare med eller utan anställda. Påverkan och genomslag har på individnivå åstadkommit genom att utbildare och deltagare under projektiden har med utgångspunkt från målbilder identifierat deltagarnas behov och eventuella brister. Behoven och bristerna som deltagarna förstår att de behöver tillgodose för att kunna nå sina målbilder. Under utbildningen har deltagares hinder hanterats successivt och det har även inträffat att målbilder ändrats eller justerats. En successiv utveckling har skett hos deltagarna när de fått mer insikter och kunskap om sig själva och sin roll som företagsledare, yrkeskvinna, specialist etc. Det har under projektiden tydligt framkommit att en del av deltagarna haft låg motivation att ta tag i saker vilket kan bero på hur man identifierat sig som företagare respektive en förväntad "quick fix". Man har i vissa fall heller inte varit beredda på att lägga ner så mycket kraft och arbete som ett företagande kräver.

Syfte och mål med projektet

- Redogör för projektets syfte/projektmål, delmål och avsedda resultat.
- Vad har projektet uppnått i förhållande till mål och planerat upplägg? Redogör dels med kvantitativa mått, dels kvalitativt i form av till exempel erhållna kunskaper och förändringar i attityder, riktlinjer, beteende etc.
- Vilket lärande åstadkom ni i projektet såväl internt som externt?
- Redogör för orsaker till avvikelser i förhållande till planerad verksamhet i projektansökan och hur detta har påverkat projektbudgeten.

Syftet med projektet var att tillgodose små företagares behov av kompetensutveckling. Insatserna skulle ha direkt koppling till att driva och utveckla det egna företaget. Projektets syfte var att underlätta för företagen att få del av utbildningsprocesser som både ger personlig utveckling och utveckling för verksamheten. För att uppnå personlig utveckling och samtidigt utveckling i verksamheten var målsättningen att i projektet ge enskild utbildning som redan på kort sikt skulle kunna omsättas i den egna verksamheten. Mål med projektet var att deltagarna genom utbildningsinsatser i sälj, marknadsföring, nätverkande samt genom affärscoachningsinsatser skulle förvärva verktyg till att få mer struktur och planering för verksamheten som på sikt bidrar till ökad lönsamhet. Förväntat resultat av projektet var att genom mer strukturerade affärs- och marknadsplaner får deltagarna mer fokuserade på utveckling av verksamheten, bli mer professionella som företagare och gå från att vara specialist (ex trädgårdsmästare, coach etc.) till att vara affärskvinnor. Målsättning var att öka deltagarnas förmåga att driva företagen på ett mer framgångsrikt och affärsmässigt sätt.



Projektet har erbjudit efterfrågad och verklighetsbaserad utbildning som genomförs av kompetenta utbildare och som gett nöjda deltagare. Företagen har genom projektet fått ta del av utbildningsinsatser som genom sitt pedagogiska upplägg redan på kort sikt genererar positiv verksamhetsutveckling. Deltagarna tar tag i sina affärs- och marknadsplaner och genomför aktiviteter i säljprocesser och marknadsföring som sätter fart på verksamheten och ökar omsättningen. Nya kunskaper ger förutsättningar för bättre översikt och kontroll över verksamheten i företagen. Företagen har genom deltagande i projektet fått energi som resulterat i förbättringar i företagets verksamhetsutveckling. Deltagande företag har bra struktur i sina företag och följer affärs- och marknadsplaner. Deltagarna genomför aktiviteter i sälj och marknadsföring som resulterar i ökad omsättning. Internet och sociala medier används mer frekvent för marknadsföring av verksamheten. Utbildningsinsatserna har gett uppslag till nya uppdrag/affärer. Självförtroendet hos deltagarna växer och man ser hela tiden nya möjligheter. Man har bra översikt och kontroll över sina företag och man deltar aktivt i olika aktiviteter och ingår i nätverk där de bygger relationer som är positiva för verksamheten. Omsättning kommer att öka på sikt.

Projektet hade efter en kompetensanalys som mål att kompetensutvecklat 65 företagare med 11 anställda. Det blev till slut 57 företag som fullföljde projektet och 29 anställda.

När projektet startade kom återbud.

Ett företag meddelade före start att företaget skulle avvecklas. En företagare meddelade att det hon hade anmält sig till fel projekt – att det var ett missförstånd (?). Två meddelade att de hade så mycket jobb så de hann inte vara med och fyra meddelade att de gått över från företagande till att bli anställda.

Genom uppföljning har projektet kunnat ta del av uttalanden där deltagare säger att de genom projektet fått energi och mer fart på verksamhetsutvecklingen. Att de är bättre på att upprätta, revidera och följa affärs- och marknadsplaner och genomför aktiviteter i sälj och marknadsföring som på sikt ska resultera i ökad omsättningen. Utbildningarna i IT/data prioriterade deltagarna bort. Man ansåg sig ha goda allmänna datakunskaper och ville hellre använda tid till att fokusera på hur man använder Internet och sociala medier i sin verksamhet. Utbildning i nya programvaror var heller inget som efterfrågades av deltagare när projektet startade. Genom uppföljning kan vi se att självförtroendet hos deltagarna har vuxit och förmågan att se nya möjligheter. Man har fått bättre översikt och kontroll över sina företag och deltar mer aktivt i olika aktiviteter och ingår i flera nätverk där de bygger relationer som är positiva för verksamheten.

Det har skett en successiv utveckling hos deltagarna när de fått mer insikter och kunskap om sig själva och sin roll som företagsledare, yrkeskvinna, specialist etc. Det har under projekttiden framkommit att en del deltagare haft låg motivation för att ta tag i saker. Det har utbildarna sagt beror på hur man har identifierat sig som företagare respektive på att man förväntat sig en "quick fix" d.v.s inte varit beredda på att lägga ner så mycket arbete som det krävts. Efter projekttiden uppvisas effekter som ökad bearbetning av kunder, ökat antal aktiviteter, positiv omsättning, relevanta affärsplaner och att de har mer struktur med mer genomtänkt planering. Flertalet av deltagarna uppger spontant att de fått en stor egen utveckling.

Projektets mobiliseringstid var noggrant planerad och förberedd. Kallelser till de första träffarna skickades ut i god tid MEN deltagare hade svårt att prioritera och lämnade återbud både tidigt och sent.

Deltagare hade även dålig disciplin på att svara på mail. Detta innebar en långdragen startperiod och mycket tid till att prata med och motivera deltagare som anmält intresse av att delta i projektet att även genomföra utbildningarna. Lärande av detta är att kontrakt behöver skrivas med deltagare samt även se över möjligheter att ta betalt för vissa delar för



att öka närvaron. Lärande var också att de frågor och svar man ställer till deltagare i en analys/förstudie behöver repeteras med deltagarna vid start av genomförandeprojekt för att säkerställa att deltagarnas förväntningar och engagemang är i fas vid projektstart.

Val av utbildare med beteendevetenskapliga kunskaper och metoder har haft stor påverkan på projektets resultat. Vi fann svårigheter i att hitta utbildare som uppfyllde kriterierna i upphandlingen. Vi förstärkte kriteriet om kunskap kring genus och jämställdhetsintegrering genom en utbildning med processstödet Dan Humle. Dan utbildade också kring tillgänglighetsbegreppet. Konsulterna lade därefter in jämställdhet och tillgänglighet i den utbildningsprocess vi inhandlat. Att genomföra utbildning i processform är ett relativt nytt begrepp som inte alla i projektet kände till eller har kunskap om – man kan ha svårt att se helheten av hela utbildningen. När det gäller jämställdhetsintegrering och tillgänglighet har vårt projekt haft ett företagarperspektiv där varje företag är en egen arbetsplats. Vår målgrupp har saknat mognad i dessa frågor men utvärderingar visar att de tagit till sig kunskaper. Angreppssättet har varit annorlunda än för enskilda stora arbetsplatser som Jämställdhetsintegrering och tillgänglighet integrerades i ordinarie utbildningar. Det fanns med i affärscoaching, säljutbildning och marknadsföring där begreppen blev konkreta och fick bli en del av deras möjlighet till att bli mer medvetna, få ett större kundperspektiv, nå fler kunder och öka sin omsättning. Utbildarna har gjort ett bra jobb och löst problemet med att företagare inte prioriterar att avsätta särskild tid för utbildning i jämställdhetsintegrering och tillgänglighet. Genom att integrera jämställdhetsintegrering och tillgänglighet på detta sätt fick de kunskaper och insikter i den behovsanpassade utbildningen och kunde omsätta dem direkt i sina aktiviteter. Deltagarna har fått utbildning i jämställdhet och tillgänglighet fastän det inte avsatts speciella utbildningsdagar för detta. Deltagare tar också för givet att de redan "kan allt" om jämställdhet men har i uppföljningen gjort uttalanden som visar att det tagit till sig nya kunskaper in i verksamheten.

Avvikelser i förhållande till planerad verksamhet är att vi inte genomfört en lärandekonferens i slutet av projektperioden. Deltagande företag hade inte möjlighet att delta i mera aktiviteter än vad som projektet genomförde, de behövde arbete också. Vi ansökte om att få förlänga projektperioden tom 30 sept. för att kunna genomföra konferensen.

Arbetssätt

Vad var ert huvudsakliga arbetssätt? Beskriv kortfattat vilka metoder, utbildningar och andra aktiviteter som användes. Vad i metoderna och aktiviteterna var det som gjorde skillnad, d.v.s. som ledde fram till det önskade resultatet? Beskriv eventuellt nya metoder eller material som tagits fram i projektet.

Två övergripande didaktiska utgångspunkter är ledstjärnor för den pedagogik och metodik som används

1. Alla människor är olika och har därmed också olika inlärningspreferenser.
2. Innehållet i en utbildning kan och ska genomarbetas med en variation i metodik och pedagogik.

Utbildarens pedagogiska roll är att vara en övergripande facilitator som både kan vara instruktiv och coachande beroende på vilken metodik som används. Dialogpedagogik används för att dra nytta av deltagarnas erfarenheter och befintliga kompetens. Samtidigt arbetar våra utbildare med instruktiv och tankeväckande pedagogik för att deltagarna ska förändra och utveckla sina nuvarande perspektiv. Dessutom får deltagarna genom metareflektion ta fram sina djupare värden och korrelera dessa med sina egna mål.

Utbildaren i sälj är ackrediterad Extended DISC trainer och handledare. Extended DISC är ett effektivt verktyg för att skapa en självinsikt kring beteende och kommunikation. Genom ett test har kartlagts vad som är drivkraften bakom respektive deltagare. Är det



Diarienummer
2011-3070027

självförverkligande, oberoende, erkänsla, socialt eller trygghet som är den främsta drivkraften. Detta har hjälpt till att öka självkännedom ytterligare, med korrigering i affärsmodellen som följd i vissa fall. Vid utbildningstillfällen har fokus varit på de särskilda styrkor med olika typer av beteenden som är kopplade till kundens behov samt tillits- och förtroendeskapande handlingar. D.v.s. VAD och HUR i olika säljfaser är kopplade till olika beteendemönster samt den egna utvecklingen kopplat till de fem olika stegen. Utbildningen innehåller delar om självinsikt, kartläggning av andra människors behov, drivkrafter och rädslor samt anpassning av kommunikation och säljstil gentemot olika köpsignaler och informationsbehov.

I projektets slutfas fokuserades på deltagarnas ledarstilar. Vilken eller vilka ledarstilar har man tillgång till. Professor Ichak Adizes har utvecklat en teori, en modell för att beskriva ledarskap. Metoden kallas för deltagande observationer och har använts i boken Ledarskapets fallgropar. Enligt Adizes finns fyra ledarstilar. Det är entreprenören, produceraren, administratören och integreraren. Alla har tillgång till minst två av dessa ledarstilar, vissa har tre men ingen kan ha alla fyra. Deltagarna har fått gjort en test i syfte att öka självinsikten kring den egna förmågan samt för att veta hur den egna ledarstilen ska, bör kompletteras. Testen är ett led i arbetet med varje deltagares satta målbild för utbildningen, projektdeltagandet

I Marknadsföringsutbildningen har fokus varit på hur man skapa bra relationer med kunder genom effektiv budskapsformulering. Att sociala medierna, broschyrerna och hemsidorna är effektiva verktyg liksom du själv och att det är viktigt vilka budskap verktygen laddas med. Utbildarna har använt olika exempel från den reklam vi exponeras för och hur man formulerar sig mot olika grupper och hur man medvetet anspelar på känslor baserat på de traditionella könsrollerna.

I arbetet med tillgänglighetsbegreppet har metoden varit att på ett väldigt konkret sätt använda deltagarnas egen utvecklingsplan och där deltagarna har fått kartlägga vilka barriärer finns i sin omgivning samt vilka förändringar de behöver göra i sin omgivning för att öka tillgängligheten. Deltagarna i och med detta blivit varse om vilka brister och styrkor deras verksamhet har. Deltagarna har också blivit påverkade att göra förändringar för att öka tillgängligheten och vidga sina kundgrupper.

Affärscoachningen har blivit en utgångspunkt i TA Transaktionsanalys. I coachningen har samtalen handlat om förståelsen för vem jag är, vilket av jaget i TA modellen förälder, vuxen eller barn som man använder mest i sin kommunikation. Detta för att öka förståelsen för hur man kommunicerar med olika individer och hur den kan förbättras. I dessa övningar har deltagarna även fått tänka på jämställdhetsintegrering och tillgänglighet och betydelsen av att göra det i sin kommunikation med kunder och övriga. Det man formulerar ska vara tillgängligt för alla.

Marknadsföringsutbildningen har haft fokus på interaktion med andra, att ha en värdegrund som man förstår vikten av att kommunicera ut. Deltagarna hade mer fokus på vikten av att ha kunskaper om själva redskapet, mediet. Metoden som utbildaren använder är att utifrån varje deltagares tjänster och produkter definiera sin målgrupp samt tänka nya målgrupper. Man arbetar fram budskapsformuleringar, identifierar marknadsföringskanaler och tar fram en medveten plan för sin marknadsföring som innehåller tillgänglighet.

Deltagande aktörer i projektet

Redogör för vilka aktörer (organisationer, företag, myndigheter) som ingick i projektet, samt vad de konkret bidrog med, både vad gäller engagemang, ekonomiska resurser och påverkansarbete. Redovisa dessutom arbete i projektgrupp, styrgrupp och/eller referensgrupp samt gruppernas sammansättning. Hur har grupperna fungerat?

Deltagare i kompetensutvecklingsprojektet har varit företagen:

Anna Bygdell Absér, Enskild firma Anna-Karin Wiklund, Excellence Tandvård Sundsvall AB,



Bergatrollets Egenvård, Hallimac, Full i Liv, Bacteria Shield Sweden AB, Designservice, Credo Teknik AB, Eöaine Ledin, Firma Elisabeth André, Gudrun Brännberg Konsult AB, Helliva, Galleri Gustav, Inga-Lill Nyberg Miljökonsult AB, IMQ Arbetsmiljö, JB Utveckling, Grön Form, Farm Lönepartner, Ilmatar, Hälsovägledning Kristina Blombäck, Hälsoporten, Coacheriet LG, Djurvaruhuset i Sundsvall AB, Belleseye AB, Friskhuset Mitt AB, Cortex GSC, Front Garden AB, Delta Grönt AB, Exitus, Effi Form AB, Hälans Alternativ i Sundsvall, Kapica AB, KIM Human Organisation AB, Kroppåånt, LevaBra Eva Brattfelt Autoriserad socionom, Lindberga Gård, Lomtjärn Retreat & Konferens, Lövbacken AB, Margaretas Fot & Hudvård, Medieladan, Medlingskontoret Advokaten Catharina Tholin, MLH Konsult AB, Mustellas Coaching, Optikcentrum, Pictus, Progresspartner, Psykologmottagning Mazza Mikaelsson, Salong Alexandra, Scandinavian Muffin Company AB, Skatans Café & Krog AB, Sofia Sahlin Mentha Productions, Spikklubba, Stadsparaden, Stiernform, Teamwork Production, TRIM-träna i Matfors, Vigör Hälsa & Friskvård, ZEYT Skönhetscenter.

Deltagarna har varit engagerade i projektet, deltagit i utbildningar och blivit betydligt mer strukturerade med mer planering för sina företag, delta mer i nätverk och aktiviteter och drar nytta av varandra.

Projektgrupp: Arbetsuppgifter har fördelats i projektgruppen på två personer och arbetet har fungerat utan komplikationer.

Styrgrupp: Vi rådfrågade STIL i Luleå men de kunde inte ge projektet några goda råd. Det är svårt att rekrytera ledamöter till styrgrupp/referensgrupp i ett så litet projekt och där det saknas ekonomiska intressen. Ekonomisk intressent i projektet har enbart varit projektägaren Samhällsbyggarna Ek förening. Intresserad av genomförandet och det nätverk ur vilket många av deltagarna rekryterats är den ideella organisationen Winnet. Till att ingå i projektets styrgrupp har inbjudits organisationerna Handels samt Företagarna. Styrgruppsmöten har genomförts men de har varit mer rådgivande och uppmuntrande än styrande över projektet. Inget intresse har funnits från inbjudna organisationer att styra över projektet.

Jämställdhetsintegrering

Redogör för hur ni arbetat med jämställdhetsintegrering i ert projekt. Relatera till projektplan och utmaningar under arbetets gång.

Deltagare i projektet är egenföretagare som både med och utan personal. Då projektet har som målsättning att ge deltagarna kompetensutveckling som är starkt kopplade till den egna verksamheten och inom en tidsrymd som inte stör verksamhet och inkomster så har i utbildningarna i sälj, marknadsföring samt affärsmannaskapet/affärscoachingen haft ett upplägg där Jämställdhetsintegrering har vävts in och integrerats. Det var en utmaning att utbilda kvinnor som är företagare i jämställdhetsintegrering då kvinnorna hade ett motstånd till ämnet. Men genom att blanda in jämställdhetsintegrering i den "ordinarie" utbildningen löstes problemet. Deltagarna har fått fördjupa sig i jämställdhetsintegrering kopplat till sig själva/ den egna verksamheten/internt och utåt/externt. Deltagare har uppmanats att diskutera hur man kan tänka jämställdhetsintegrering när man gör/reviderar affärsplaner och hur man lägger in aktiviteter som syftar till ökad jämställdhetsintegrering. I synnerhet gäller det sättet att tänka när det handlar om marknadskommunikationen. Jämställdhetsintegrering spelar också roll när gäller att få kvinnorna att gå från specialist inom exempelvis trädgårdsdesign till att bli mer professionella affärskvinnor som satsar mer kraft och energi på att utveckla sina företag. Externt ut mot kunder så kan man med en utvecklad strategi för marknadskommunikation finna flera arenor och en marknad som inkluderar jämställdhetsintegrering. Gemensamt tema i för samtliga utbildningar har varit att jämställdhetsintegrering positivt kan påverka deras egen livssituation, kunder, omsättning och lönsamhet och att begreppet jämställdhetsintegrering bör integreras i ett gott affärsmannaskap.

Tillgänglighet för personer med funktionsnedsättning



Redogör för hur projektet arbetat för att förverkliga visionerna vad gäller tillgänglighet i projekt. Relatera till projektplan och utmaningar under arbetets gång.

När det gäller tillgänglighet för deltagarna så har projektet haft fokus på att ge dem den utbildning de efterfrågat på ett sådant sätt att så många som möjligt har möjlighet att delta utan att det ska inskränka på företagets ekonomi eller deras familjesituation. Inga av deltagarna i projektet har haft några kända funktionshinder. En analys gjordes i en av utbildningarna för att upptäcka mer undanskymda funktionshinder men det framkom inget som blev föremål för särskilda åtgärder. Då projektet har som målsättning att ge deltagarna kompetensutveckling som är starkt kopplade till den egna verksamheten och inom en tidsrymd som inte stör verksamhet och inkomster så har i utbildningarna i sälj, marknadsföring samt affärsmannaskapet/affärscoachingen haft ett upplägg där Tillgänglighet vävts in och integrerats. Deltagarna har fått fördjupa sig i tillgänglighetsbegreppet kopplat till i den egna verksamheten/internt och utåt/externt. Deltagare har uppmanats att diskutera hur man kan tänka tillgänglighet när man gör/reviderar affärsplaner och hur man lägger in aktiviteter som syftar till ökad jämställdhetsintegrering. I synnerhet gäller det sättet att tänka när det handlar om marknadskommunikationen. Med en utvecklad strategi för marknadskommunikation kan man finna flera arenor att kommunicera med – och en marknad som inkluderar tillgänglighet. Gemensamt tema i utbildningarna är att tillgänglighet kan positivt påverka deras egen livssituation, kunder, omsättning och lönsamhet och att begreppen tillgänglighet bör integreras i ett gott affärsmannaskap. Exempel på resultat av utbildning i tillgänglighet är att man ser över sina lokaler/butiker så att det ska vara tillgängliga för alla. Man gör om text och bilder på hemsidor och Facebook så att de ska kunna läsas av fler. Man har blivit medvetna om språket och att marknadsföring och säljstilar kan både exkludera och inkludera kunder.

Regionala prioriteringar

Redogör för de eventuella regionala prioriteringar som ni arbetat med.

Projektets geografiska hemvist har varit Medelpad.

Spridning och påverkansarbete

Redogör för hur ni arbetat med spridning och påverkansarbete.

- Vilka personer/organisationer har ni riktat er till?
- Hur kan projektets idéer och erfarenheter omsättas i annan verksamhet?
- Vilka ytterligare insatser för påverkansarbetet skulle behövas för att nå dit ni vill? Vem/vilka bör göra det?
- Vilka personer/organisationer har ni riktat er till?
Företagarna, Handels, Almi, Unionen Eget (organiserar egenföretagare) TCO, Länsstyrelsen, Näringslivsbolaget Sundsvall, Ånge kommun, Winnet Västernorrland och Winnet Sverige
- Hur kan projektets idéer och erfarenheter omsättas i annan verksamhet?
Projektets idéer och erfarenheter kan omsättas i andra projekt hos andra organisationer. Hur projektet lagt upp sin plan för kompetensutveckling kan lätt kopieras av andra organisationer och utbildningsanordnare.
- Vilka ytterligare insatser för påverkansarbetet skulle behövas för att nå dit ni vill?
Vem/vilka bör göra det?



Diarienummer
2011-3070027

Ytterligare påverkansarbete för att få fler småföretagare till kompetenshöjande utbildningar kan göras av intresseorganisationer som Winnet, Företagarna, Almi, Länsstyrelsen, Tillväxtverket.

Det kan behövas ett mer omfattande program med uppsökeri för att övertyga företagare att prioritera utbildning – att övertyga dem att det ger ökad lönsamhet på sikt.

Extern utvärdering

Redogör för hur den externa utvärderaren (om det är aktuellt) konkret bidragit i projektarbetet. Vilket stöd har det varit för projektledningen och hela projektet?

Extern utvärderare har bidragit till projektet genom att bidra med råd som förbättrade den interna uppföljningen av projektet och som också bidrog till justeringar i utbildningsplaner som gav ett bättre resultat.

Egenutvärdering

Redogör för hur ni själva arbetat med att utvärdera ert arbete. Vilket stöd har det varit för projektledningen och hela projektet?

Redogör för hur ni själva arbetat med att utvärdera ert arbete. Vilket stöd har det varit för projektledningen och hela projektet?

Projektets arbete har följts upp genom samtal med deltagare och utbildare samt med digitala enkäter. Utbildarna har bidragit mycket till intern uppföljning och utvärdering av projektet. De har kommit deltagarna närmast och har kommit med idéer till justeringar och kompletteringar till utbildningsplanen. Exempel är att det skapades en skräddarsydd utbildning i målstyrning för deltagare som visade sig behöva hjälp med att strukturera upp arbetet i sina företag.

Kommentarer och tips

Vilka tips skulle Du vilja delge framtida projekt? Vad gick bra och varför? Vad gick mindre bra och varför?

Att skriva kontrakt med deltagande företagare samt se över möjligheten att ta ut en symbolisk egenavgift. Fullföljer man projektet efter godkänd plan får man tillbaka avgiften men gör man det inte så förvärfas egenavgiften.

Deltagare som gick in i projektet med energi och engagemang och som förstod att det krävdes hårt arbete kan för sina företag uppvisa positiva förändringar som fler planerade aktiviteter, mer nätverkande, fler affärer och större omsättning. Deltagare som av olika skäl inte var fullt engagerade och som möjligen haft förväntningar på snabba lösningar har inte kommit lika långt. Några företag har hoppat av och vi vet att några kommit till insikt om att de inte är lämpade att driva företag och avslutat sin verksamhet.

Det var svårt att bilda en styrgrupp då inga externa ekonomiska intressen fanns utanför projektet och deltagarna. Den styrgrupp som till slut bildades ställde heller inga krav på projektet utan var med rådgivande och stöttande. (Handels och Företagarna). Att kompetensutvecklingsprojektet har nått bra resultat beror på utbildarnas engagemang och kompetens samt den gemensamma planering som gjorts utifrån deltagarnas olika behov. Bra och lyhörda utbildare är oerhört viktiga för denna form av projekt.

Kontaktpersoner

Vilka personer kan den som är intresserad av ytterligare information kontakta?



Diarienummer
2011-3070027

Vilka personer kan den som är intresserad av ytterligare information kontakta?
Lena Schmidt, Samhällsbyggarna Ek Fören, 060-244 00
Stefan Eriksson, PS-Gruppen
Hela rapporten har pga plats inte kommit med