



Næste skridt: Guide til at udvikle forretningen

Du er kommet et godt stykke vej. Din virksomhed er etableret, og du har skabt konkrete resultater. Nu handler det om det næste skridt: at se på, hvad der skal udvikles for at flytte din virksomhed i en retning, der skaber mere værdi – for dine kunder, for forretningen og for dig.

Denne guide tager dig igennem fem trin. Du slutter med én konkret 90-dages plan – med klare mål, prioriterede handlinger og tydelige milepæle, der kan hænge på væggen og bruges aktivt i dagligdagen.

“Vækst handler ikke nødvendigvis om at blive større. Det handler om at flytte virksomheden i en retning, der skaber mere værdi – for kunderne, for forretningen og for dig.”

1 Hvor står min virksomhed nu?

Markér den tilstand, der bedst beskriver hvert område i din virksomhed i dag. Formålet er ikke at vurdere dig selv, men at skabe et ærligt overblik som udgangspunkt for prioritering.

	Fungerer godt	Kan forbedres	Kræver handling
Kunder Antal, kvalitet og relationer	☐	☐	☐
Salg og økonomi Omsætning, indtjening og likviditet	☐	☐	☐
Produkt eller ydelse Relevans, kvalitet og differentiering	☐	☐	☐
Markedsføring Synlighed, kommunikation og kanal	☐	☐	☐
Netværk og samarbejder Partnere og professionelle relationer	☐	☐	☐
Min tid og kapacitet Prioritering, flow og energi	☐	☐	☐

Hvad springer især i øjnene, når du ser på din virksomhed samlet?



2 Hvor vil jeg gerne hen?

Hvis de næste tre måneder går rigtig godt – hvad er så anderledes i din virksomhed?

Tænk gerne bredere end omsætning. Overvej fx:

- Har du fået andre eller flere kunder?
- Har du lanceret noget nyt?
- Har du fået nye samarbejdspartnere?
- Tjener du bedre på det, du allerede laver?
- Bruger du din tid bedre eller mere frit?
- Er noget blevet enklere eller mere effektivt?

3 Vælg ét hovedmål

En god 90-dages plan forsøger ikke at løse alt på én gang. Den identificerer det *ene* vigtigste udviklingsområde og skaber fokus dér. Mere aktivitet er ikke automatisk bedre – fokus er det, der skaber reel fremdrift.

EKSEMPLER PÅ KONKRETE 90-DAGES MÅL

◆ Få fem nye faste kunder	◆ Lancere en ny ydelse eller et nyt produkt
◆ Øge omsætningen fra eksisterende kunder med 20 %	◆ Indgå to nye strategiske samarbejder
◆ Frigøre fem timer om ugen fra administration	◆ Skabe mere forudsigelig månedlig omsætning
◆ Styrke synlighed og positionering i et nyt segment	◆ Reducere driftsafhængighed og sætte mere i system

MIT VIGTIGSTE MÅL DE NÆSTE 90 DAGE ER:

Hvorfor er netop dette mål vigtigt for min virksomhed lige nu?

Fra ambition til brugbart mål: Et nyttigt 90-dages mål er specifikt nok til at guide dine handlinger og konkret nok til, at du kan afgøre, om du er på rette vej. Det behøver ikke være perfekt formuleret – men det skal pege i en klar retning. Et nyt sprint kan begynde, når de første 90 dage er afsluttet.



4 Hvad skal jeg konkret gøre?

Et mål bliver først brugbart, når det omsættes til konkrete handlinger. Vælg **tre prioriterede aktiviteter** – ikke ti. Tre velfokuserede handlinger skaber mere fremdrift end en lang liste af intentioner, der aldrig omsættes til handling.

1 Prioritet 1

Hvad vil jeg gøre?

Hvilket resultat skal det bidrage til?

Hvornår går jeg i gang?

2 Prioritet 2

Hvad vil jeg gøre?

Hvilket resultat skal det bidrage til?

Hvornår går jeg i gang?

3 Prioritet 3

Hvad vil jeg gøre?

Hvilket resultat skal det bidrage til?

Hvornår går jeg i gang?

TRE NYTTIGE MÅLETYPER – OG SAMMENHÆNGEN MELLEM DEM

Det er nyttigt at skelne mellem tre typer mål, der tilsammen forbinder daglig aktivitet med reel forretningsmæssig fremgang. Du behøver ikke anvende alle tre formelt – men det hjælper at vide, om din handling hænger logisk sammen med det resultat, du sigter mod.

Procesmål

Hvad gør jeg løbende?

"Jeg kontakter fem relevante potentielle kunder om ugen."

Performancemål

Hvilken fremgang skaber aktiviteten?

"Jeg får mindst tre salgsmøder om måneden."

Resultatmål

Hvad er det forretningsmæssige slutmål?

"Jeg får fem nye faste kunder inden for 90 dage."

Sammenhængen giver klarhed: Kontakter du fem potentielle kunder om ugen (*procesmål*), forventer du at booke mindst tre salgsmøder om måneden (*performancemål*) – med det endelige sigte at få fem nye faste kunder inden for 90 dage (*resultatmål*). Hvis de tre led ikke hænger logisk sammen, er det tegn på, at aktiviteten skal justeres.



5 Hvem kan hjælpe mig?

Som erfaren erhvervsperson har du opbygget et netværk og en faglig ballast, der i mange tilfælde er en af din virksomheds vigtigste strategiske ressourcer. Vækst behøver ikke ske alene – og det kræver sjældent, at du finder helt nye relationer. Det handler om at aktivere de mennesker, du allerede kender, på en mere bevidst og målrettet måde.

Dit eksisterende netværk kan bidrage med introduktioner til nye kunder, faglig indsigt, konkrete kompetencer, du ikke selv besidder, adgang til nye markeder og sparring fra mennesker, der kender dig og din branche. Tænk bredt: tidligere kolleger og chefer, branchekendte, kunder, leverandører, rådgivere og professionelle forbindelser kan alle have en rolle i din virksomheds næste skridt.

Hvem er personen eller relationen?	Hvad kan personen bidrage med?	Hvad vil jeg konkret spørge om?	Hvornår kontakter jeg?

Hvilken erfaring eller kompetence har du selv, som du endnu ikke udnytter fuldt ud i din virksomhed?

Din professionelle erfaring er en aktiv ressource – ikke blot en baggrund. Overvej hvad du kan, hvad du ved, og hvilke relationer du har opbygget over mange år, som endnu ikke er omsat til forretningsmæssig værdi.

Nu har du valgt retningen.

Næste skridt er at samle det hele på én side – din 90-dages vækstplan.

VIL DU ARBEJDE VIDERE MED VIRKSOMHEDSUDVIKLING?

[Virksomhedsguiden.dk](#) → Skabeloner og værktøjer

Find gratis skabeloner og digitale værktøjer til at analysere, optimere og udvikle din virksomhed på [virksomhedsguiden.dk](#).

[Virksomhedsguiden.dk](#) → Udviklingskompas

Test din forretningsmodel på [virksomhedsguiden.dk](#) og få inspiration til udvikling inden for bl.a. værditilbud og kunderelationer.

Min 90-dages vækstplan

Fra retning til handling

MIT HOVEDMÅL

Om 90 dage vil jeg have opnået:

Jeg ved, at jeg er lykkedes, når:

MINE 2-3 DELMÅL

1. _____

2. _____

3. _____

MINE TRE VIGTIGSTE HANDLINGER

1. _____

2. _____

3. _____

HVEM KAN HJÆLPE MIG?

☐ _____

☐ _____

☐ _____

MILEPÆLE · 30 — 60 — 90 DAGE

30 dage	60 dage	90 dage
Hvad skal være sket?	Hvad skal være sket?	Hvad skal være sket?
Det kan jeg se eller måle på:	Det kan jeg se eller måle på:	Det kan jeg se eller måle på:

Brug denne vækstplan løbende. En vækstplan skaber først værdi, når den bruges aktivt. Vend tilbage til planen regelmæssigt og justér handlingerne, hvis du lærer noget nyt undervejs. Husk på, at justering er ikke fejl – det er god forretningsmæssig ledelse.