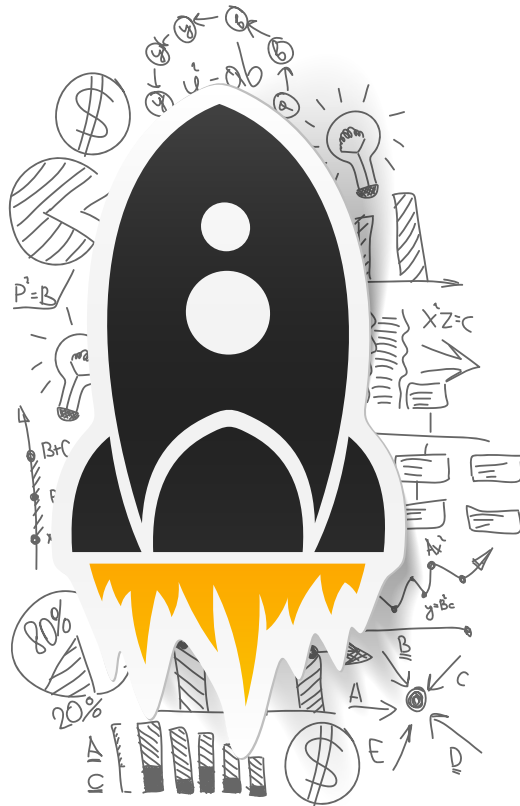


DET LILLE SKRIDT



RASMUS MADSEN

Udsnit af bogen "Det lille skridt"

Tak fordi du har downloadet dette lille udsnit af min lærerige bog!
Du vil her i PDF'en kunne læse om:

- Indholdsfortegnelsen for bogen
- Kapitlet "Indledning"
- Kapitlet "Find et problem"

Lidt om bogen:

Iværksætteri er ikke en kundskab, du bliver født med, den skal læres. Jeg har selv lavet alle begynderfejlene og nu skrevet bogen, som vil spare dig for mange ærgrelser. Jeg har altså skrevet bogen, som jeg selv ønskede mig, da jeg var yngre!

'Det lille skridt' henvender sig specielt til unge førstegangsværksættere, der drømmer om at få succes. Men alle, der enten er i gang eller skal i gang med iværksætteri, vil uden tvivl kunne få et godt udbytte af bogen.

Så sidder du med en iværksætter i maven og er i tvivl om, hvordan du skal starte, er denne bog skrevet til dig!

God fornøjelse!

De bedste hilsner
Rasmus

Læs hvad andre synes om bogen:



Martin Thorborg

Direktør i Dinero



"Det lille skridt er bogen, jeg aldrig fik taget mig sammen til at lave. Den er fyldt med konkrete ting, du bør gøre, når du laver en virksomhed og mange rigtig gode tanker, der alle vil bringe dig tættere på målet."



Anette Nørgaard

Next Generation AMM hos Microsoft



"Det lille skridt er en fantastisk blanding af erfaringer og gode råd til iværksættere. Rasmus' nye bog kan læses fra ende til anden af nye iværksættere, bruges i en læringsfase samt benyttes som opslagsbog. Anbefalelsesværdig!"

Køb bogen her:

www.detlilleskridt.dk

INDHOLDSFORTEGNELSE

Indledning	7
Produkt	15
Find et problem	16
Find en løsning på dit problem	23
Arbejd med din løsning	35
Er der et marked for din løsning?	50
Byg din prototype!	56
Evaluering	63
Hvor stort er dit marked?	64
Hvordan kommer du ud til dine kunder?	71
Hvem er dine konkurrenter?	84
Kan du tjene penge?	93
Salg	107
Hvem er din målgruppe?	108
Lav din markedsføring	119
Sådan skal du angribe dit marked!	139
De sidste ting	151
Lav din handlingsplan	152
Hvem er dit team?	157
Hvad skal du gøre nu?	169
Recap af bogen	176
Byg din forretningsplan	182
Bilag	199
Virksomheder der er nævnt i bogen	200
Personer der er nævnt i bogen	209
Beskrivelse af case-virksomheden, TruckR	212
Ordforklaring/ordliste	213
Andre bilag	221

INDLEDNING

I dette kapitel kan du læse og lære om følgende:

1. Fuck iværksætter, jeg skal arbejde ved Mærsk!
2. Hvorfor skriver jeg en bog?
3. Opbygning af bogen
4. Hvem er jeg?
5. Skal jeg lave en forretningsplan?

1. Fuck iværksætter, jeg skal arbejde ved Mærsk!

Da jeg på et tidspunkt var ude at undervise, stillede en elev mig et yderst relevant spørgsmål: "Hvorfor skal jeg lære om iværksætter, når jeg skal ansættes i Mærsk?". Jeg kan egentlig godt sætte mig ind i hans tankegang – hvorfor skal han lære at starte en virksomhed, når han hellere vil være ansat i en stor, dansk og veletableret virksomhed? I min verden er det mindst lige så vigtigt at lære om iværksætter, hvad enten du vil ansættes i Mærsk eller ønsker at blive iværksætter.

Forestil dig at du sidder i en virksomhed, hvor du og din kollega, Morten, har lige mange års erfaring. En dag stopper jeres chef, og hans sidste opgave er at finde sin egen afløser: "En af jer to skal være den nye chef!".

Morten er den traditionelle type, som blev ansat i Mærsk efter gymnasiet og altid har gjort tingene, som han har lært dem – både i skolen og ved Mærsk. Morten har aldrig startet sin egen virksomhed. Faktisk har han aldrig stiftet bekendtskab med iværksættereoriene. I Mærsk har der altid været en chef over Morten, hvorfor han aldrig har stået med det fulde ansvar for tingene. Han har dog lavet fejl og fået skældud før, men chefen har altid taget det store skrald. En fejl kostede engang tabet af en kunde, hvilket ikke betød det store for afdelingen. Morten mistede dog hans årlige bonus. Morten har altid gemt sig bag det stolte brand, som alle kender, og han er vant til at nye processer kommer oppefra.

Køb bogen her:
www.detlilleskridt.dk

Du, derimod, har allerede i din gymnasietid startet en lille virksomhed og lærte derfra at stå med det fulde ansvar over for dine kunder. Gik det godt i virksomheden var det fedt, men gik noget galt, fik du en hård måned, da du ingen penge havde. Det tvang dig til at kigge indad og lære af de fejl, du lavede – for du ville nødig lave dem igen! Konkurrencen i markedet har lært dig at være kreativ for at få flere kunder, og du har gjort alt for at gøre alle de kedelige administrative byrder mindre, så du havde tid til at sælge mere. Du har også lært, hvor vigtigt det er, at dine kunder betaler hurtigt for, at du kan betale din egen husleje til tiden. Du har med andre ord hele tiden forsøgt at gøre tingene bedre for at se, hvad der virker.

Hvem tror du bliver den næste chef? Dig eller Morten? Svaret er ikke så svært. Der er ingen tvivl om, at virksomheder skriger efter folk, som har prøvet forskellige ting. Sunde virksomheder i dag søger ikke typer som Morten. De vil have folk som dig. Folk som har prøvet at stå med det hele selv. Folk som har lært, hvad det vil sige at tage det fulde ansvar og gøre chefen overflødig. Folk som har turde tage de små skridt, et efter et, mod målet.

Kigger vi på min egen profil, er jeg et godt eksempel på dette. Selvom jeg har været ude af revisorbranchen i flere år, får jeg af og til tilbudt spændende stillinger, som mine gamle kollegaer ikke får tilbudt (på trods af at de er blevet i branchen). Netop fordi jeg har prøvet at stå med det hele selv, og ved hvad det vil sige at lære af sine fejl!

Så hvad venter du på? :)

2. Hvorfor skriver jeg en bog?

Grunden til at jeg skriver en bog om alle mine tanker og erfaringer er, at jeg ikke mener, der findes noget rigtig godt materiale til dem, der laver en virksomhed for første gang. Jeg har været mange hjemmesider, blogs og bøger igennem uden at finde det, jeg søgte. En hurtig søgning på Google på “forretningsplan” giver en 17-siders lang word-skabelon fra det offentlige. En forretningsplan der er dårligt opbygget og er umulig at udfylde. Den er desuden så lang, at ingen nogensinde vil nå at læse den færdig, før den er kasseret.

Køb bogen her:
www.detlilleskridt.dk

Samtidig med min undervisning af unge iværksættere fandt jeg ud af, at der findes ufattelig mange dygtige skolelærere, der underviser i iværksætteri. Det er min erfaring, at de lærere, som selv brænder for iværksætteri, virkelig kan lære de unge noget. Underviserne har ofte kun deres eget materiale at undervise i, da der aldrig er udarbejdet noget godt og struktureret, som kan bruges på skolerne.

Derfor besluttede jeg mig for at lave den bog, jeg selv ønskede mig som ung! Bogen er ikke udtømmende og løser ikke alle de problemstillinger, du kan komme ud for, når du skal starte egen virksomhed. Den giver dig derimod et indblik i forskellige grene af iværksætteri, hvor målet er at klæde dig lidt bedre på til din iværksætterrejse.

Bogen henvender sig specielt til unge førstegangsværksættere, der drømmer om at få succes. Men alle, der enten er i gang eller skal i gang med iværksætteri, vil uden tvivl kunne få et godt udbytte af bogen. Er du en garvet iværksætter, vil det være begrænset, hvad jeg kan lære dig, men du kan omvendt sende mig en masse feedback, så jeg kan blive bedre!

Min drøm er blot, at du rykker dig tættere på, at starte noget succesfuldt :)

3. Opbygning af bogen

Bogen er inddelt i nedenstående sektioner, som hver indeholder flere kapitler:

- Produkt (alt fra at bygge en prototype til at teste markedet)
- Evaluering (vurdér om du overhovedet skal starte virksomheden)
- Salg (alt fra markedsføring til hvordan du vil angribe markedet)
- De sidste ting (alt fra at lave en handlingsplan til en forretningsplan)
- Bilag (beskrivelse af personerne fra bogen, case-virksomheden etc.)

Hele vejen igennem bogen er der opgaver, der gør forståelsen bedre. I slutningen af hvert kapitel findes der opgaver, du skal løse. Den første del af opgaverne, der løses, er en case, der omhandler den fiktive virksomhed (*TruckR* 🚚), som bliver

Køb bogen her:
www.detlilleskridt.dk

stillet overfor en række problemstillinger. I den anden del af opgaverne, skal du løse problemstillingerne for din egen virksomhed.

Bogen er fyldt med eksempler fra mit eget liv. Heriblandt egne projekter, projekter jeg har været en del af, historier jeg har hørt gennem mit netværk og historier fra diverse medier. De mest nævnte virksomheder er beskrevet bagerst i bogen jf. side 200 . Det anbefales, at du læser disse, når du støder på navnene for at give dig den bedste forståelse. Du vil kunne kende disse virksomheder nemt, da de er markeret med et ikon.

Ikoner du skal kende:

 = Virksomheden er beskrevet yderligere i bilagene jf. side 200

 = Personen er beskrevet yderligere i bilagene jf. side 209

 = Ordforklaring er beskrevet yderligere i bilagene jf. side 213

Jeg har håndplukket min bedste læring og viden til dig. Alt i bogen er skrevet ud fra egen opfattelse af forskellige teorier, den praktiske verden og virksomhederne, som jeg nævner.

Bogen er flere steder delt i “fysiske produkter” og “software-produkter”. Uanset hvad du laver, kan det være en god idé at læse begge scenarier, da der gemmer sig gode eksempler i begge. Fysiske produkter er i min verden ting, som du kan holde fysisk (uanset hvor meget teknologi der er indeni). Software-produkter kan være alt fra en 3-tilbudsservice til en app på mobilen. Jeg snakker generelt ikke meget om serviceprodukter, der ikke bruger software som kerneprodukt, da jeg ikke har min viden og erfaring her. Har du, eller ønsker at starte et serviceprodukt af den type, er jeg dog sikker på, at du stadig vil få en masse gode idéer og tanker til din virksomhed.

Hvis du læser bogen fra start til slut, vil du til sidst sidde tilbage med et udkast til en forretningsplan for din virksomhed. En forretningsplan som du kan bruge i det videre forløb. Du er også velkommen til at læse kapitlerne særskilt og dermed bruge bogen som en opslagsbog.

Køb bogen her:
www.detlilleskridt.dk

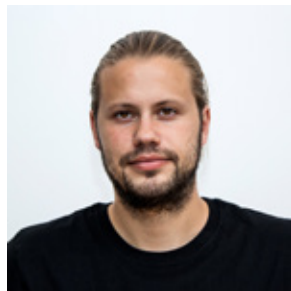
Jeg er stor fortaler for at lave så lidt papirarbejde som mulig i opstarten af en virksomhed. Det vigtigste for dig er netop at få styr på, om der overhovedet er et marked for dit produkt. Derfor er bogen bygget op om, at du laver de vigtigste opgaver i en virksomheds spæde start først, og derefter går videre til den næst vigtigste opgave. Mens du sidder med de vigtige opgaver, kan du med fordel tage notater, der senere bliver til et udkast til din forretningsplan.

Når du arbejder dig gennem bogen, vil du føle, at du burde rette noget længere tilbage i bogen. Gør endelig det – det er helt normalt! En forretningsplan og en virksomhed er ikke som en skoleopgave! I takt med at du bliver klogere, udvikler både du og virksomheden sig, og dermed vil der være behov for løbende at tilpasse det hele. Husk at en virksomhed altid vil udvikle sig med tiden, og en forretningsplan bliver derfor aldrig helt færdig.

I slutningen af bogen har jeg skrevet en recap af hele bogen. Den er du velkommen til at læse først, til sidst – eller bare når du føler for det. Den kan sætte hele bogen mere i perspektiv.

4. Hvem er jeg?

Mit navn er Rasmus Madsen, og jeg har, siden jeg legede med LEGO, drømt om at blive iværksætter! Spørgsmålet “Hvis jeg gør det, kommer jeg så tættere på min drøm?” har været min rettesnor gennem alle de vigtige beslutninger, jeg har taget i livet.



I dag er jeg 28 år, og jeg har startet flere projekter, som både har indebåret succes og fiasko. Fælles for dem alle er, at de har givet værdifuld læring. En læring som jeg har taget med mig på min rejse mod drømmen. Min interesse går stærkt i retningen af software-produkter, som på en eller anden måde anvender brugernes data på en positiv måde. Altså en måde hvorpå brugeren får en bedre oplevelse ud af produktet, jo mere produktet bruges. Desuden går min hverdag med at læse/studere dygtige iværksættere og deres nytænkning :)

Køb bogen her:
www.detlilleskridt.dk

FIND ET PROBLEM

I dette kapitel kan du læse og lære om følgende:

1. Find et problem
2. Hvad skal du så gøre?
3. Mit problem er allerede løst
4. Beskriv problemet
5. Case
 - a. Case: TruckR
 - b. Case på din egen virksomhed

1. Find et problem

Du skal altid starte med et problem. Jeg har undervist mange unge mennesker, og de fortæller mig altid den samme undskyldning: “Jeg er ikke opfindsom nok til at finde på et produkt eller en service”. Når jeg læser deres præsentation af virksomheden, må jeg til tider give flere af dem ret. Det er bestemt ikke fordi, at de er dumme eller uopfindsomme. Det er udelukkende fordi, de starter processen helt forkert.

Da jeg arbejdede på Styrkosten.dk, var det fordi, jeg havde et problem. Jeg var blevet fed på grund af dårlige madvaner og manglende motion. Mit arbejde gjorde, at jeg rejste meget fra én kunde til en anden, og jeg arbejdede desuden også sent. Der begyndte jeg at spise hurtige færdigvareprodukter som lasagne eller usunde proteinbars. Som man altid gør, begyndte jeg at søge efter løsninger på mit fedmeproblem på Google. Jeg prøvede også en del af løsningerne, men de passede bare ikke helt til mig. Derfor startede jeg med at lave et Excel-ark, hvor jeg kunne følge med i, hvad jeg spiste i løbet af en dag. Men hurtigt fandt jeg ud af, at mit behov var større end et Excel-ark. Jeg fandt også ud af, at jeg elskede at følge min egen udvikling i form af billeder af mig selv samt grafer over omkredsen af min mave. Derfor begyndte tankerne at rulle i mit hoved for at finde den bedste løsning til mig selv – hvilket var ret nemt. Jeg havde et problem – lad os kalde det en “pain”, som jeg kendte 100%. Nu var det bare at strukturere, hvad

Køb bogen her:
www.detlilleskridt.dk

jeg selv ønskede af en løsning! Pludselig var jeg i gang med at udvikle *Styrkosten.dk* for at løse mit eget problem.

Free Grip var en idé, som *Anders* havde arbejdet med i forbindelse med Young Enterprise⁴, fordi en af de andres forældre havde siddet fast i sneen med sin bil. Jeg kendte den pain alt for godt, da jeg flere gange havde siddet fast i min gamle bil. Faktisk værst da jeg havde lånt min fars bil en søndag aften, hvor jeg sammen med to kammerater sad fast i skoven. Igen skulle jeg ikke andet end at strukturere hvilken løsning, jeg ønskede på min pain.

YouBeRu startede, da jeg kørte for stærkt på motorvejen, fordi jeg skulle stå på et bestemt sted i Nordsjælland. Min gode ven, Patrick, deltog nemlig i en Ironman, og det var vigtigt, at jeg kunne give ham energibarer på et bestemt sted på ruten. Her var det igen nemt at finde en løsning på mit problem: "Bare jeg kunne følge en atlet mere nøjagtigt til en ironman".

YouIn, startede jeg, da jeg blev træt af at bruge energi på at invitere mine venner i biffen. Mine venner var for langsomme til at svare på en SMS ved sådan en spontan aftale, og det krævede for meget energi at ringe rundt. Derfor opfandt jeg min egen løsning på problemet.

Dinero startede, da nogle freelancere ville gøre det nemmere at lave deres eget regnskab. De var trætte af, at de ikke selv kunne finde ud af det.

Isterningeposen blev opfundet, da opfinderen ville have kolde drinks, idet datidens metoder til kolde drinks var besværlige.

Snapchat startede, da de unges forældre kom på Facebook, og iværksætterne bag dermed intet privatliv havde mere. Dermed blev snapchat opfundet til at sende beskeder, der blev slettet med det samme.

You get the point!

4 Iværksætterkonkurrence på tværs af de danske skoler – udbudt af Fonden for Entreprenørskab

2. Hvad skal du så gøre?

Mange succesrige virksomheder er startet med, at iværksætterne bag har en såkaldt pain. Når iværksætterne selv har problemet, er det nemt for dem at arbejde med løsningen (da de selv kan relatere til, om løsningen er en, de selv vil bruge). Dermed laver de et produkt, de brænder for, og som løser et problem, de selv har! Så det handler ikke om at sætte sig ned og opfinde noget vildt og nyskabende. Det handler mere om at finde et problem, som du selv har. Om løsningen er nyskabende er en anden side af sagen – i første omgang handler det udelukkende om at finde problemet!


Modsat begår rigtig mange iværksættere den fejl, at de prøver at blive millionærer i stedet for at løse et problem. Hvis du ikke brænder for dit produkt, er der rigtig lang vej til millionerne, og du vil med stor sandsynlighed give op, når de hårde tider opstår. Så: “Find nu et problem du selv har!”.

Det første, du skal gøre, er altså at finde et problem. Det kan du gøre på mange måder, men pas på du ikke falder i fælden omkring “løsningen”. Jeg prøvede min lille “teori” af engang, hvor jeg underviste. Eleverne blev ved med at sige, at de ikke havde problemer i deres hverdag. I hvert fald ikke problemer, som kunne løses. De blev ved med at tænke i løsninger i stedet for problemer. Min teori passede altså – stop det nu! Tænk aldrig over hvordan du vil løse problemet i denne fase.

Det kan være svært at “finde” problemer, når du tænker forkert. Jeg kan trøste dig med, at jo flere projekter/virksomheder du starter, jo nemmere bliver det at finde disse problemer. Når du bliver rigtig god, ser du problemer, som kunne løses hele tiden. Faktisk gør jeg det hele tiden. Det er min kæreste træet af, når jeg f.eks. fortæller ejeren af en restaurant, hvordan han kan tjene flere penge.

Hvis du ingen problemer ser, kan du starte med at føre en lille dagbog i en uge. Skriv alt ned fra din hverdag. Alt fra hvad du laver, til hvordan du transporterer dig rundt. Hvordan du registrerer dine arbejdstider i en kalender, eller hvordan du laver aftaler. Alt skal skrives ned løbende hele dagen sammen med de følel-

ser, du har i kroppen. F.eks.: “Kommer for sent i skole, da bussen er forsinket. Jeg er tosset!”. At notere følelserne er vigtige, da den ofte giver dig en idé om, hvor noget kan gøres bedre. Det var helt sikkert de negative følelser, iværksættterne bag Snapchat blev motiveret af, når forældrene læste ting på deres Facebook-væg, de ikke skulle have læst.

Hjælper ovenstående øvelse dig ikke i mål med et problem, kan du få venner/forældre/netværk til at hjælpe dig. Måske finder du et problem i omgangskredsen, som du faktisk har haft flere gange tidligere (som jeg f.eks. havde med *Free Grip* ).

En klog gut i mit netværk, Christian Erfurt, gjorde noget virkelig smart og sejt, da han skulle finde et problem i Young Enterprise⁵. Gruppen var tomme for gode idéer (højest sandsynligt fordi de tænkte på løsninger i stedet for problemer) og manglede input. Derfor tog de rundt på lokale hospitaler og hængte sedler op. På disse sedler kunne alle hospitalets sygeplejersker fortælle om problemer, de havde i deres hverdag. Sådan blev virksomheden GP Medical Devices skabt, hvor de sammen med en sygeplejerske løste et stort problem.

Så nu er det bare om at komme i gang med at finde et problem!

3. Mit problem er allerede løst

En af de barrierer jeg mødte i starten, da jeg kiggede efter problemer, var, at problemerne allerede var løst af andre. Det slog mig ud, og jeg tænkte, at “jeg må finde på noget andet”. Den tendens er jeg ikke alene om. Faktisk er det den største mur, som folk, jeg har undervist, møder i forsøget på at finde et problem. Eleverne finder et yderst relevant problem men tænker, at de skal finde på noget helt nyt og revolutionerede.

Det tog mig selv årevis at finde ud af, at det var det værste, du kan gøre. Lad mig udtrykke det således:

5 Iværksætterkonkurrence på tværs af de danske skoler – udbudt af Fonden for Entreprenørskab

Hvis problemet er løst af andre, hvorfor er det så stadig et problem for dig? Noget tyder på, at de andre virksomheder enten ikke har løst det godt nok eller ikke har formået at få budskabet ud.

Det fede ved innovation er, at selv den mindste ændring til et eksisterende produkt kan gøre forskellen mellem succes og fiasko – lad os tage et par eksempler.

Facebook løser problemet med at invitere hinanden til alt mulig. *YouIn* gør det bedre.

E-conomic løser problemet med et bogføringsprogram i skyen – *Dinero* gør det bedre for de små virksomheder.

Myspace løste problemet med at dele holdninger på nettet. Facebook gør det bedre.

Til info var Facebook ikke det første sociale medie af sin slags, de gjorde det bare bedre. Og helt ærligt – der kommer også en dag et nyt socialt medie, som gør det bedre end Facebook.

Og det bringer os til en vigtig pointe: Jeg vil aldrig lave et produkt, hvor der ikke allerede er konkurrence. *Free Grip* var lavet for mange år siden (vi gjorde det dog bedre), men der er en grund til, at det aldrig blev den store succes. Markedet var der ganske enkelt ikke. Det var derfor vi ingen rigtige konkurrenter havde! Hvis der allerede er en konkurrent på dit område, skal du ikke lade dig slå ud af det. Du skal nærmere være glad! Dermed har du mindre risiko for, at der ikke findes et marked, hvorfor chancen for fiasko bliver mindre.

En anden vigtig pointe er, at tiderne lige nu ændrer sig ufattelig hurtigt. Løsninger som er 2-3 år gamle kan allerede være forældet nu. Faktisk snakker flere store guruer om, at den udvikling vi har set de sidste 70 år, kommer til at ske igen på kun 4 år. Med denne hastige udvikling, dukker der hver evig eneste dag nye problemer og dermed muligheder op.

Køb bogen her:
www.detlilleskridt.dk

Tænk bare hvor meget der ændrede sig natten over i hele verdenen, da Steve Jobs introducerede iPhone. Bare det at kunne gå på nettet fra telefonen ændrede internethandlen. Det gik fra den stationære PC til, at størstedelen af alle køb på internettet nu foregår, når folk er på farten. Hvad med at kunne tilkoble GPS'en til internettet, mobilen eller inde i apps? På ganske få dage kunne jeg som forbruger finde tilbud/fitnesscentre/supermarkedet osv. lige i nærheden af mig.

Så nye problemer, og dermed muligheder, opstår hele tiden!

4. Beskriv problemet


Nu har du fundet et problem, og det er på tide at beskrive det. Du skal ikke beskrive en løsning. Det afsnit er vi ikke kommet til endnu. Du skal udelukke de koncentrere dig om problemet og de følelser, du har haft, da du oplevede problemet.

Det kunne f.eks. være: "Da vi tre kammerater sad fast i sneen i min fars bil, var vi bange for, at min far ville blive sur. Min far skulle nemlig bruge bilen senere den dag. Vi havde altså et problem!".

Det er vigtigt at beskrive problemet, da det er vigtigt, at du kender til kernen af din pain. Senere vil du kunne bruge denne pain mange gange i din virksomhed. Her ses et par eksempler:

- Udvikle den bedste løsning
- I din salgstale for virksomheden
- Til at finde målgruppen og dermed lave relevant markedsføring
- Til at finde den rigtige forretningsplan

5. Case

Du er kommet til afslutningen på dette kapitel. Wuhuu! det er nu tid til at arbejde med det, du lige har lært. Som tidligere skal du starte med at udarbejde opgaverne på case-virksomheden, *TruckR* , hvorefter du skal lave opgaverne for din egen virksomhed.

5.a Case: TruckR

Du vil igennem bogen arbejde med virksomheden *TruckR*, hvor du kan bruge alt den teori, som du har lært, i praksis. *TruckR*, som du vil lære rigtig meget mere om senere i bogen, er en app, hvor lastbilchauffører kan finde en ledig parkeringsplads i nærheden. Alle lastbilchauffører i dag er underlagt mange lovregler, som gør, at de f.eks. kun må køre 8 timer ad gangen. Problemet er bare, at de ofte ikke når at køre hjem efter en arbejdsdag, når de skal stoppe bilen efter 9 timer. Faktisk er det også svært at finde en parkeringsplads, når du oprindeligt er fra Jylland og f.eks. kører rundt på Sjælland. Samtidig er der ved mange parkeringspladser ikke mulighed for bad eller at købe mad. Derfor opstår lastbilchaufførernes behov for at finde den helt rigtige parkeringsplads.

Casen er desuden beskrevet yderligere jf. side 212.

Opgaven er:

1. Beskriv, i dybden, hvad udfordringen med dette problem er og beskriv de følelser, der er forbundet hermed. Svaret må maks. være på 150 ord.

5.b Case på din egen virksomhed

Opgaverne er:

1. Find 2-3 problemer i din hverdag
2. Find 2-3 problemer som personer i dit netværk har
3. Vælg et problem som du kan relatere til og vil arbejde videre med
4. Beskriv i dybden hvad udfordringen med dette problem er og beskriv de følelser, der er forbundet hertil. Svaret må maks. være på 150 ord