

## Kjennes det i hjertet?

«Æ vil kjenn at æ lev, kjenn at det riv i hjertet», synger Sondre Justad. Han kunne gjerne vært med oss i klubbhuset tidligere denne uka. Der var vi samlet, rundt tyve personer, klare for en dag med mentalt påfyll av kunnskap. Kaffen, pepsimax'en og rundstykkene med ost og kokt egg, og noen twist; energigivere for at hode og kropp skulle henge med hele veien.

- Det må snakke til hjertet, innledet en av bedriftsrådgiverne som nå bistår de 11 små og store virksomhetene som deltar i Drivs utviklingsprogram. En annen snakket om ledestjerner, navigasjonspunkter som leder oss på riktig vei. Høres det litt absurd ut? Egentlig ikke, for det var med å illustrere på mer lettfattelig vis dagens tema: strategi og markedsføring. Den ene lever ikke så godt uten den andre.

Mange får et lettere fjernt slør i blikket når ordet «strategi» nevnes. Enten fordi man er skikkelig trøtt av maset, å holde på med sånt teoretisk vrøvl har man ikke tid til, eller fordi man opplever at «det går jo så greit bare å jobbe på». Men alle virksomheter møter utfordringer. De kan like gjerne skyldes positive forhold, nemlig at så mange vil ha tak i produktet eller tjenesten, at man vokser. Men det skjer kanskje for fort, og dermed klarer man ikke ta unna for veksten.

Å vite hvor man skal, altså et mål, er alltid lurt. Og som ofte ellers i livet, bør man legge en plan både for godvær og uværsdager. Man snakket om hva man skal bevare og hva skal fornyes. Hvordan gjøre seg synlig, skaffe oppmerksomhet og kunder. Hva er bedriftens X-faktor, og derved fortrinn. Hva vil kundene ha, hvilken innsikt gir det å snakke med dem man antar er målgruppen for virksomheten – snakker man til hjerte eller hjerne, eller begge deler.

Dagen ga forhåpentlig mye å tenke på og jobbe videre med. Og siden dette var en av de i alt fire felles samlingene, ble man kanskje bedre kjent med hverandre, også – noe som forhåpentlig fører til enda mer samarbeid og nye muligheter.

Om man, mot all formodning, ikke sitter igjen med så mye annet, så kan kanskje de 3 F'er være noe å ta med: Forsterke, Forbedre, Forkaste. Jeg vil tro det er enklest å komme opp med gode tiltak på de to første, men det å slutte med noe, er antakelig mer krevende både å finne ut av og faktisk gjennomføre. Da er det kanskje bra med blick utenfra, for det er ofte slik – både i jobbsammenheng og privat – at «noen andre» ser så vel forbedringsmuligheter som de «unødvendige trekkene» før vi oppdager dem selv. Hvis ikke regnskapet allerede viser tydelige tall... De røde. Det er akkurat de vi skal unngå blant annet gjennom omstillingsprogrammet.