

Konsulent

Om at starte som selvstændig konsulent

Føler du, at du besidder en masse viden, der ville kunne hjælpe andre på rette vej? Er du god til at lære fra dig og snakke med mange forskellige typer af mennesker? Så er konsulentbranchen måske noget for dig. Det har længe været et politisk og samfundsmæssigt tema, at Danmark skal overleve på at være et videnssamfund, og der handles med viden som aldrig før. Viden er ved at blive en af de vigtigste "varer", og området er i hurtig vækst. Dette tiltrækker mange iværksættere – måske du er en af dem?

Man kan handle med viden inden for mange forskellige faglige områder; alt lige fra mere almindeligt kendte, såsom juridisk rådgivning, revisorydelser og ingeniørtjenester, til nyere områder som for eksempel psykologhjælp, IT-assistance, kommunikationstjenester og kunstneriske koncepter. Alle fag uden undtagelse åbner muligheder for udvikling og salg af konsulenttydelser, og kun fantasien sætter grænser.

Før du springer ud i et liv som selvstændig konsulent, er det en god idé at gennemtænke og planlægge forløbet grundigt. Det kan være betingelsen for at få succes på et marked, hvor det kan være svært at trænge ind, og hvor der er stor konkurrence. Denne startvejledning giver dig svar på mange af dine spørgsmål.

Få svar på dine spørgsmål om opstart

Startvejledningen er en service fra imidt til dig, der overvejer at starte egen virksomhed. Vi ønsker dig god fornøjelse med læsningen og håber, at du både finder svar på dine spørgsmål og bliver motiveret til at tage det næste skridt.

Har du brug for sparring, er du altid velkommen til at kontakte imidt på info@imidt.dk eller 70 15 16 18.

Vi glæder os til at høre fra dig!

Ville du kunne være en god konsulent?

Start med at teste dig selv:

		Helt sikkert	Som regel	I tvivl
1	Jeg er god til at lytte til folk og forstå deres behov			
2	Jeg har en god faglig ballast			
3	Jeg har solid erfaring fra tidligere jobs			
4	Komplekse problemer tiltaler mig			
5	Jeg kan organisere og tilrettelægge et stykke arbejde			
6	Jeg kan opstille realistiske arbejdsplaner			
7	Jeg kan leve med, at indtjeningen svinger			
8	Jeg har et stort netværk inden for mit faglige område			
9	Jeg er helt opdateret inden for mit fag			
10	Jeg er god til at tilegne mig ny viden hurtigt			
11	Jeg ved, hvor jeg skal søge ny viden			
12	Jeg er kreativ og fyldt med ideer			
13	Jeg har et godt humør og ser lyst på tingene			
14	Det gør ikke noget, at arbejdsdagene kan blive lange i perioder			
15	Jeg er god til at vende problemer til muligheder			
16	Jeg synes, det er spændende at blive stillet over for uventede opgaver			

Hvis du har mindst 12 krydser i "helt sikkert", så er der et godt grundlag at gå videre på.

Hvad vil du tilbyde?

Din faglighed er selvfølgelig udgangspunktet for din service, men personlighed og erfaring er også meget vigtige ressourcer. Det gælder derfor om at arbejde med det, du har: Hvis du for eksempel er journalist, kan du tilbyde at researche og kommunikere for dine kunder. Hvis du er arkitekt, kan du levere ideer i form af tegninger og overvågning af byggeprocesser; en læge kan tilbyde diagnoser og behandlinger; et oversættelsesbureau leverer en korrekt oversat tekst osv.

Dog kan mange kommende konsulenter have gavn af at vende tingene lidt på hovedet – at tænke deres serviceydelse igennem med kundens bredere behov i tankerne. Spørg derfor dig selv:

- + Om du sørger for, at teknik bliver anvendt optimalt ude hos kunden med gode effekter for produktivitet, arbejdsglæde, miljø eller noget andet?
- + Om du hjælper din kunde med at overholde love og regler eller bureaukratiske finurligheder, så han/hun ikke kommer i klemme?

- + Om du henter viden hjem fra udlandet eller fra andre organisationer og omsætter den til en form, som kan anvendes hos din kunde? Eller omvendt flytter viden fra Danmark til udenlandske brugere?
- + Om du får din kunde til at fremstå i et fordelagtigt lys over for bestyrelse, ledelse, medarbejdere eller andre?
- + Om du leverer udefrakommende og uvildige "øjne og ører", og sætter fingeren på kritiske punkter hos din kunde, så han/hun kan udvikle sig selv og dermed sin virksomhed?
- + Om du "rydder op" for kunden?
- + Om du udvikler ideer og koncepter, som du præsenterer for kunderne, som så selv kan arbejde videre med dem, eller indgå i et samarbejde med dig om at gå videre med dem?
- + Om du løser et kapacitetsproblem hos kunden og dermed hjælper med at nå vigtige tidsfrister? Eller bidrager til at undgå faste (dyre og besværlige) ansættelsesforhold?
- + Om du bidrager til, at din kunde lærer noget nyt eller bruger viden på nye måder?
- + Om du styrker kundens livskvalitet eller prestige, som ligger ud over den konkrete opgave?
- + Om du kvalitetssikrer dine kunders eget arbejde?

Der er mange store og kendte konsulentfirmaer. Ofte foretrækkes de store, fordi kunderne tænker traditionelt, eller fordi de er bange for, at du ikke har en tilstrækkelig stabilitet i markedet. Du skal derfor kunne noget andet end de store, og det er meget vigtigt, at du kan redegøre for dine særlige konkurrencefordele. Overvej disse grundigt, og få sat nogle ord på dem.

Lav en elevatortale

Som konsulent kan det være svært, klart og tydeligt at fortælle, hvad du kan og hvad du laver. Her kommer den såkaldte elevatortale i spil: Prøv at forestille dig, at du ved et tilfælde kommer til at køre i elevator med en potentiel kunde, og hun spørger dig "Nå, hvad laver du så?". Hun skal op på tredje sal, og du har et vigtigt møde på fjerde sal, så du har kun 30 sekunder til klart og tydeligt at fortælle, hvad dit firma arbejder med.

Hvad er din elevatortale?

Hvordan vil du starte?

Der er flere måder at starte som konsulent, og de er oplistet herunder. Vær opmærksom på, at der er fordele og ulemper ved alle:

At starte enkeltmandsfirma

Det er meget simpelt at starte et personligt ejet firma. Med et sådant firma er du helt din egen herre, og kan skabe dit eget forretningskoncept. Fordelen er bl.a. at du kan være fleksibel, også i forhold til private gøremål. På den anden side kan ulempen være, at det tager tid at få firmaet op i gear, og det er hårdt arbejde. Mange har en forventning om, at de med et enkeltmandsfirma får mere tid til familie og fritid, men dette viser sig ofte at være en illusion.

At købe sig ind i/blive partner i et andet firma

I kan enten starte flere sammen, eller du kan købe dig ind i et allerede eksisterende firma. Her kan du nyde godt af et fagligt fællesskab og en arbejdsdeling. Fordelen er desuden, at volumen giver muligheder for større og mere lukrative opgaver. Ulempen er dog, at noget af uafhængigheden forsvinder, og at du også skal imødegå større faste udgifter.

At samarbejde i netværk

Der findes firmaer, som er løsere sammenslutninger af konsulenter. De arbejder typisk inden for samme hovedområde, og kan således markedsføre sig i fællesskab under samlede overskrifter. De løser dog opgaver individuelt, og har hver deres separate økonomi.

At hægte sig på en franchise

Inden for eksempelvis ledelsestræning og IT findes der faste koncepter: Du kan købe dig retten til at markedsføre den pågældende ydelse inden for et nærmere afgrænset distrikt. Det kan være en god måde at få adgang til et anerkendt og velafprøvet produkt, og måske endda til en kundekreds. Fordelen er, at du har en masse support i ryggen. Ulempen er, at du mere bliver en medarbejder end en selvstændig. Der er også en del useriøse koncepter og forretningsideer, som ikke er tilpasset danske vilkår.

At starte freelance / solovirksomhed

Hvis du starter dit eget personlige firma og ikke har planer om at ansætte personale, er det en solovirksomhed, også kaldet at arbejde som selvstændig freelancer. Forskellen på en iværksætter og en freelancer er udelukkende hvorvidt du ønsker at vokse til et firma med ansatte.

At være freelancer som lønmodtager

I nogle brancher, for eksempel blandt journalister, er freelancing velkendt. I denne virksomhedsform er du ikke selvstændig, men lønmodtager, som løser midlertidige opgaver. Fordelen er, at du har et sikkerhedsnet, fordi du kan få dagpenge i stille perioder. Ulempen er, at du nemt bliver en "løsarbejder", som har svært ved at få økonomisk overskud nok til at udvikle et egentligt forretningskoncept. I mange brancher er det svært at få kunden til at "ansætte" dig.

I kontakt med kunderne

For at komme i kontakt med kunderne, kan du annoncere, komme i fagbogen og lave brochurer. Men konsulenter inden for de fleste brancher må erkende, at det ikke er udgifterne og besværet værd.

Tilfredse kunder er den bedste reklame for en konsulent – af flere grunde: De kommer tilbage og de giver tips videre til andre. At skabe en kundegruppe er dog en proces, der tager tid. Derfor er markedsføring i konsulentbranchen tit også "op-ad-bakke" de første år, og en hjemmeside eller et domænenavn er et must for enhver konsulent.

Brug og skab dit eget netværk

Markedsføring i konsulentbranchen er i høj grad baseret på netværk. Sørg derfor for hele tiden at udbygge og vedligeholde dit netværk.

Du kommer ikke uden om at være opsøgende. Det er nemmest at komme i gang med opgaver for nogen, du kender i forvejen, som for eksempel en tidligere arbejdsgiver, eller en tidligere kunde eller samarbejdspartner. Kolleger og studiekammerater kan også være nyttige indgange til opgaver. Men du skal ikke forvente, at folk køber dine ydelser bare fordi de har sympati med dig – der skal også være noget i det for dem.

Vær aktiv på de sociale medier såsom Facebook og LinkedIn. Sådanne netværk får pludselig stor betydning, når du starter som selvstændig konsulent.

Udbud

En del konsulentopgaver kommer i udbud og offentliggøres i dagspressen eller på udbudsgivernes hjemmesider. Gør det til en vane at holde øje med opgaver, som passer til din faglighed. Mange opgaver, herunder især opgaver i udlandet, løses af konsortier af firmaer. Det er derfor en god idé at have et (internationalt) netværk af samarbejdspartnere. Vær dog opmærksom på, at det er tidsmæssigt krævende at byde på opgaver og at du skal kunne demonstrere solid erfaring og seriøsitet for at få en chance.

På www.raadgiverboersen.dk og www.amino.dk/freelancer kan du byde på opgaver, som virksomheder lægger ud.

Økonomi

En konsulent behøver ikke at satse de store penge, da risikoen er mindre end i så mange andre brancher. Det betyder til gengæld en vis konkurrence om de gode opgaver. Derfor er det en god idé at undersøge økonomien meget omhyggeligt, og du skal lave et budget for at få et overblik. Budgettet skal hvile på de valg, du har truffet omkring hvilket slags firma, du gerne vil drive. Det er nødvendigt at undersøge priser og omkostninger "i marken", for at budgettet kan blive så solidt som muligt.

Typiske priser (2010) ligger i størrelsesordenen 550-1400 kr. i timen plus moms. Priserne afhænger både af kunderne og af opgaverne; eksempelvis kan vanskelige opgaver og hasteopgaver være dyrere. I faglige områder, hvor der er mange om buddet, er priserne pressede, og opgaver, som varer længere tid, og som er bestilt på forhånd, opnår en lavere timepris.

Jo mere kendt/eftertragtet du er, jo højere pris kan du tage.

Meget ofte vil du blive bedt om at give et fast tilbud. Her skal du selv sikre, at du henter en fornuftig timepris hjem. Efterhånden vil du få erfaring for, hvor lang tid opgaverne tager.

Fakturerbar tid

Regn med, at du skal bruge tid på at administrere og videreuddanne dig. Du vil også komme til at bruge tid på at kontakte kunder og lave tilbud, som aldrig giver pote i form af opgaver. Derfor skal du forholde dig til hvor meget "fakturerbar tid", du har. Som ansat i en virksomhed arbejder du 37 timer om ugen og får løn for 37 timer. Som selvstændig arbejder du sikkert 50 timer, men kan kun fakturere 10-20 timer om ugen. Du skal derfor sikre en respektabel timeløn, eller udarbejde tilbud, der har et tilpas stort overhead.

Årsbudget

Nedenfor ser du et eksempel på et årsbudget for en lille enkeltmandsvirksomhed. Denne konsulent sælger viden/konsulenttydelser til en fast virksomhed 380 timer om året.

Desuden er hun tilknyttet en undervisningsinstitution som underviser. I gennemsnit løser hun desuden seks specifikke opgaver om året til virksomheder, som hun selv opsøger.

For et par år siden udgav hun desuden en bog, som hun stadig får royalty på.

Samler man disse aktiviteter sammen og viser dem i et årsbudget, kommer det til et se sådan ud:

	Pr. år ekskl. moms
Omsætning:	
Fast aftale med firma A, 380 timer om året a kr. 550	209.000
Undervisning for institution B	45.000
5 opgaver af x-type a kr. 25.000	125.000
1 opgave a y-type a kr. 70.000	70.000
Royalty på bog	<u>20.000</u>
I alt	469.000
Omkostninger ved driften:	
Leje af lokale	45.000
Udgifter til bil	40.000
Mobiltelefon, internet m.v.	16.000
Revisor, administration m.v.	15.000
Kontorudstyr og materialer	18.000
Forsikringer	8.000
Efteruddannelse	<u>10.000</u>
I alt	142.000
Overskud (Omsætning – Omkostninger ved drift)	327.000

Prøv at lave dit eget budget. Er beløbet på bundlinjen stort nok? Hvis ikke, må du igennem budgettet igen. Overvej, hvordan du kan øge din omsætning, eller hvordan kan du få udgifterne ned. Lav herefter budget for de enkelte måneder i et år, og dernæst for flere år. Vær opmærksom på, at det kan tage tid at få opbygget en kundekreds, og i den tid vil indkomsten være lav.

Etableringsbudget

Hvis du starter fra bunden, er det en god idé at lave et etableringsbudget. Det kan for eksempel se således ud:

Budget for etablering: Lille enkeltmandsvirksomhed

Oprettelse af mobiltelefon og IT:	1.500
Optagelse i telefonbøger:	300
Logo, visitkort og brevpapir:	2.500
Hjemmeside:	5.000
Startudgifter til revisor:	6.000
Kontorudstyr:	5.000
Indretning af lokaler	25.000
Diverse:	<u>3.500</u>
I alt kr.:	48.800

Hvor kommer pengene fra?

Hvis du vil starte virksomhed, er det en stor fordel, hvis du har sparet nogle penge op. Måske kan du tage lån i hus eller lejlighed for at dække etableringen og de første måneders drift. Nogle iværksættere kan låne penge i familien, mens andre har en etableringskonto i banken, hvor de har sparet op over en årrække.

Banker kan muligvis hjælpe med at finansiere, men du skal være opmærksom på, at alle banker beder om at se detaljerede budgetter og planer.

En del konsulenter starter deres firma gradvist op ved siden af et andet job. Dette giver et økonomisk fundament, indtil kundekredsen er bygget op.

Supplerende dagpenge

Der findes ikke offentlige tilskud til investeringer i og drift af konsulentfirmaer. Nogle konsulenter starter med en periode på supplerende dagpenge, men her er der skrappe begrænsninger på handelfriheden. Se bl.a. www.ase.dk, som har udarbejdet en pjece om selvstændig bibeskæftigelse, eller spørg i din egen A-kasse.

Personale

Nogle konsulenter har personale, hvis ikke fra første færd, så på et senere tidspunkt. Du kan få kontakt til mulige medarbejdere ved at henvende dig til Jobcenter eller ved at annoncere. I praksis vælger mange konsulenter at ansætte nogen, de kender i forvejen og har tillid til. Du kan også henvende dig på uddannelsesinstitutionerne og hyre fleksibel studenterarbejdskraft. Det kan være en frugtbar løsning både for konsulenten og studenten.

Når du ansætter medarbejdere, skal de have et ansættelsesbrev. Dette gælder også medarbejdere på deltid. Brevet skal indeholde alle væsentlige vilkår, såsom arbejdssted, løn, arbejdstid, ferie, pension, opsigelse m.v. Nogle (mest større) firmaer har overenskomst med en eller flere fagforeninger, men der er ingen regler om, at konsulenter skal beskæftige organiseret arbejdskraft.

Ledelse

Du skal regne med, at du skal lære medarbejderne op i starten, ligesom du løbende skal bruge tid på at lede dem. Du skal tænke nøje over, hvad der skal til for at være en god leder i netop dit firma. Mange medarbejdere i konsulentfirmaer har brug for – og kan administrere – at have en lang line. De vil oftest også ønske at have stor indflydelse på virksomhedens strategi, samt sætte pris på at se deres resultater omsat i overskudsdeling, aktieoptioner eller andet.

Nogle konsulenter ønsker ikke at have ansatte, men får støtte af et netværk af dygtige kolleger, som de har tillid til og kan trække på: Specialuddannede folk, som dækker tilgrænsende områder. Sammen kan de byde på og løse flere og større opgaver – og de kan henvise til hinanden.

Bliv fundet og find kollegaer og konkurrenter på www.raadgiverboersen.dk. Du kan selv oprette dig og komme i kontakt med andre selvstændige konsulenter.

Registrering af virksomhed

Når du ved, hvad du skal sælge, har en rimelig klar fornemmelse af hvem og hvor mange, der vil købe det du sælger, og når du kan få økonomien til at hænge sammen, skal du starte/registrere din virksomhed.

Det er meget nemt at starte en enkeltmandsvirksomhed i Danmark: Der er blot tre ting, der skal være i orden, når du starter virksomhed:

1) Registrering

Du kan registrere direkte via internettet på www.virk.dk. Du får her en særlig registreringsanmeldelse, hvor du skal skrive alle dine personoplysninger, din driftsform, og oplyse hvilken branche din virksomhed er inden for. Det er alt.

2) Tilladelser

Selvom du er blevet registeret/har fået momsnummer, kan det godt ske, at du også skal have nogle tilladelser til at udføre dit erhverv. Måske skal du kontakte kommunens tekniske forvaltning, for at høre om du må bruge dine lokaler til erhvervsformål eller måske skal du godkendes til at sælge fødevarer.

3) Regnskabspligt

Det at føre regnskab er et vigtigt styringsredskab i din virksomhed, men det skal også bruges til at opfylde statens regler om regnskabspligt og momsafregning.

Reglerne gælder både for virksomheder, der drives på fuldtid og på deltid. Det er dog ikke et krav at registrere virksomheden, med mindre der er en omsætning på over 50.000 kr. om året.

Virksomhedsformer

Når du starter virksomhed, skal du vælge hvilken virksomhedsform, du vil starte under. De almindeligste er:

Enkeltmandsvirksomhed

Personligt ejet enkeltmandsvirksomhed: Dette er den mest enkle virksomhedsform. Der er intet kapitalkrav, og som ejer hæfter du personligt med alt, hvad du ejer.

Interessentskab (I/S)

Interessentskab (I/S): Dette er en personligt ejet virksomhed, blot med flere ejere. Der er intet kapitalkrav og ejerne hæfter hver især personligt og solidarisk. Det anbefales at få udarbejdet en interessentskabs-kontrakt.

Anpartsselskab (ApS)

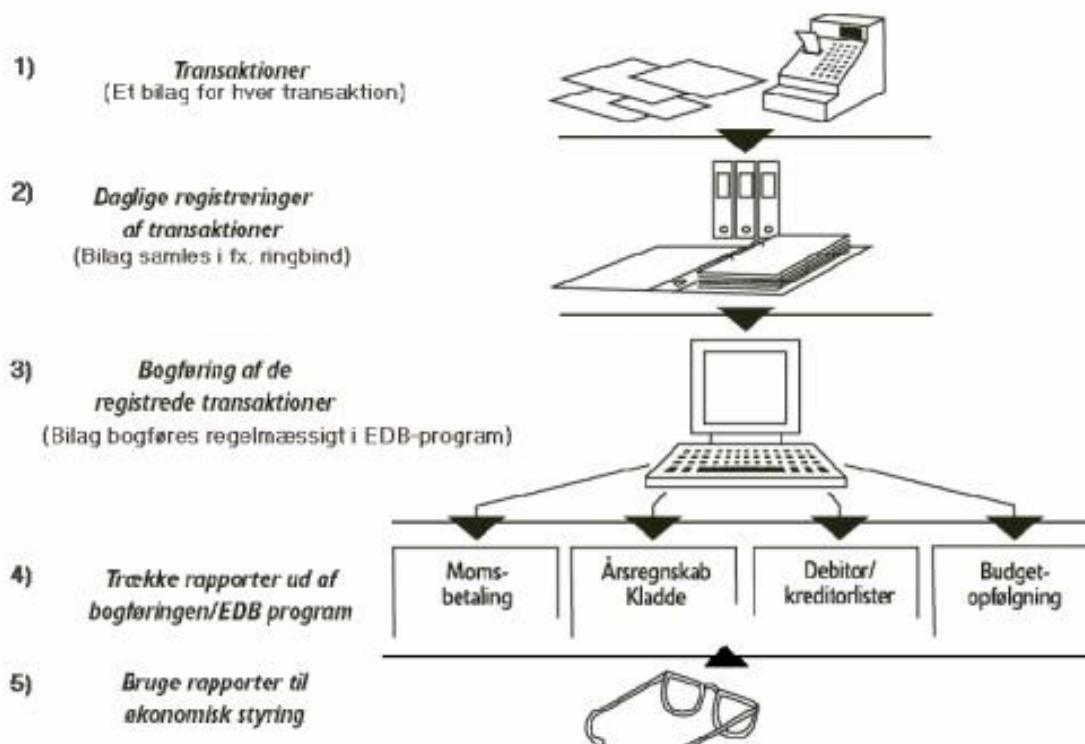
Anpartsselskab (ApS): ApS'et kan stiftes af én eller flere personer og selskabet skal anmeldes til Erhvervs- og Selskabsstyrelsen. Der er et kapitalkrav på min. 50.000 kr., og du hæfter med den indskudte kapital.

Aktieselskab (A/S)

Her er der et kapitalkrav på min. 500.000 kr., men ellers er denne selskabsform meget lig reglerne for anpartsselskab.

Virksomhedens økonomiske system

Det meste "bøvl" i virksomheden opstår, fordi indehaveren ikke følger nedenstående fem trin. Følger du disse, vil mange af dine administrative problemer forsvinde.



Skat

Du skal betale skat af virksomhedens overskud. Når du har trukket alle virksomhedens udgifter fra virksomhedens indtægter, finder du din skattepligtige indkomst.

Du ved sjældent på forhånd, hvor stort et overskud din virksomhed vil få. Du bliver derfor nødt til at lave et skøn. Brug dit budget til at lave dette skøn, og indberet beløbet til SKAT. SKAT vil sende dig et indbetalingskort, så du i løbet af året får betalt den forventede skat. Når året er omme, får du en udvidet selvangivelse, hvori du skal oplyse det realiserede overskud af din virksomhed. Har du tjent mere, end du forventede i dit budget, kommer du til at betale ekstra skat. Hvis du har tjent mindre, får du penge tilbage.

En revisor vil kunne hjælpe dig med andre detaljer, så din skat bliver så fordelagtig for dig som muligt.

Moms

Alle virksomheder skal indsamle moms til den danske stat. Det gør du ved at lægge 25 % oven på din salgspris. De indsamlede moms-penge kan du som nystartet virksomhed beholde i tre måneder, inden de skal afleveres til SKAT. Virksomheden kan trække den moms fra, den selv betaler. Indsamling af moms fungerer på denne måde:

Du sælger:

4 timer a 500 kr.

2.000 kr.

+ 25 % moms

500 kr.

At betale

2.500 kr.

Du køber:

En lommeregner

200 kr.

+ moms

50 kr.

At betale

250 kr.

Afregning af moms:

Salgsmoms

500 kr.

Købsmoms

50 kr.

At betale til SKAT

450 kr.



Love og regler

Oplysninger om told og skat findes på www.skat.dk. Du kan også henvende sig på SKATs kontorer.

Forsikring mod ulykker, arbejdsskader og erhvervssygdomme

Du er forpligtet til at forsikre dine ansatte mod ulykker, arbejdsskader og sygdom. Som selvstændig kan du desuden forsikre dig selv mod sygdom og skader, men du har ikke pligt

til det. I nogle brancher, for eksempel ingeniørbranchen, kan det anbefales at tegne en professionel ansvarsforsikring. Se www.forsikringsoplysningen.dk og www.aes.dk

Uddannelse

Nogle af de faglige organisationer, erhvervscentre og uddannelsesinstitutioner har særlige tilbud om uddannelse i konsulentrollen og ledelse af konsulentvirksomheder. Du kan for eksempel se på www.ug.dk, eller kontakte din faglige organisation.

Konsulenters organisationer

Der findes ingen samlet brancheforening for konsulenter. Men inden for de fleste fag er der organisationer, som du formentlig allerede er medlem af i forvejen. De er ofte vigtige mødesteder for fagets udøvere – og dermed også et sted, hvor du kan netværke og markedsføre. Lad derfor være med at neddrogle medlemskab og aktivitet i din forening, når du bliver selvstændig.

Uanset om du er medlem eller ej, kan du bruge organisationernes hjemmesider til at søge oplysninger. Mange af dem bringer masser af teknisk viden og lovstof, som kan være nyttig for dig.

Dansk Erhverv er en arbejdsgiverorganisation med mange medlemmer inden for detail- og engroshandel. Dansk Erhverv rådgiver, arrangerer kurser og foredrag og meget andet. Dansk Erhverv, Børsen, 1217 København K, Tlf. 3374 6000, <http://www.danskerhverv.dk>.

Flere oplysninger

www.amino.dk er et online iværksætterforum, hvor iværksættere diskuterer og hjælper hinanden med praktiske problemer.

Dit konsulentfirma – hvordan?

Der er mange valg at træffe, før du starter. Overvej derfor alle følgende spørgsmål grundigt:

Hvad vil du sælge?

- + Hvilken faglighed vil du arbejde inden for?
- + Hvilke behov vil du dække hos kunderne?
- + Vil du sælge koncepttydelser?
- + Andet – hvad?

Hvad skal kunderne især huske om dit firma?

- + At du er fagligt på toppen?
- + At du overholder tidsfrister?
- + At du er god til at sætte dig ind i deres behov?
- + At du giver en fordelagtig pris?
- + At du er alsidig?
- + At du er fleksibel?
- + At du er omhyggelig?
- + At du holder, hvad du lover?
- + Andet – hvad?

Hvem er dine kunder?

- + Private virksomheder – små eller store?
- + Hvilke brancher?
- + Offentlige myndigheder?
- + Organisationer?
- + Privatpersoner?
- + Andre konsulentfirmaer?
- + Andre – hvem?

Hvem er dine konkurrenter?

- + Andre firmaer af samme art?
- + Større konsulenter?
- + Kundernes egne medarbejdere?
- + Teknologi?
- + Andre – hvem?

Personale?

- + Enkeltmandsforetagende?
- + Partnerskab?
- + Medarbejdere – hvor mange?
- + Løst ansatte eller fast ansatte?
- + Netværk med andre konsulenter?

Hvor skal firmaet have adresse?

- + I erhvervslokaler?
- + I kontorfællesskab med andre?
- + Derhjemme?

Hvordan sælger du din service?

- + Opsøgende salg?
- + Netværksarbejde?
- + Udbud?
- + Internettet?
- + Andet?

Hvordan ser dagligdagen ud i dit konsulentfirma?

- + Tid til selve arbejdet?
- + Tid til at lave et tilbud?
- + Tid til faglig opdatering?
- + Tid til markedsføring og administration?
- + Hvad gør du ved eventuelle sæsonsvingninger?
- + Prøv at lave en plan for en uge og for et år.

Hvor stærkt er dit netværk?

- + Hvem kan du gå til, hvis du har brug for hjælp til økonomiske spørgsmål?
- + Hvem kan du gå til, hvis du har brug for at finde leverandører?
- + Hvem kan du gå til, når du skal markedsføre?
- + Hvem kan hjælpe dig med praktiske opgaver?

