

Socialøkonomi i Saxogade Forretningsudvikler Anja Kure



SKAB FORRETNING UD FRA DIT FORMÅL OG KUNDEN

PLADS TIL ALLE
MANGFOLDIGHED



Saxogade – Den Sociale Handelsgade

Vision 2016-18
"Livlig handels- og
cafe-gade, der skal være
socialt ansvarlig og
miljømæssig
bæredygtig."

Gadens butikker har tre bundlinjer

- ✓ Kommerciel/økonomisk
- ✓ Social
- ✓ Grøn/miljømæssig



"Kommercielle foran disken – sociale bag disken"



VORES MÅLGRUPPE

Vores mission



”Vi skaber håb, udvikling og meningsfulde arbejdsfællesskaber, ved at sikre at det enkelte menneske kan udfolde sit potentiale i et fællesskab, fordi vi tror på, alle har værdi og noget at bidrage med.”

SAXOGADE - THE SOCIAL SHOPPING STREET



Socialøkonomi
'social gone business'

Café Sonja
Fredes Woodshop

Co-Creations

LØS market
Naturli'

Socialøkonomi v.2.0

Heidi & Bjarne
Normas
Grønne Kræfter

Saxogade består af
Settlementets egne
socialøkonomiske
virksomheder og
co-creation-virksomheder.

Mit arbejde

- Optimering af personalets butikskompetencer og købmandsskab.
- Organisering og struktur for at frigive tid til at opdyrke det kommercielle.
- Søsætter forretningstiltag og salgsfremmende aktiviteter.
- Analysere og minimere omkostninger
- Identificere og øge indtjeningen på salgbare varegrupper og produkter.
- Fokus på kundegruppen og på at imødegå deres behov.

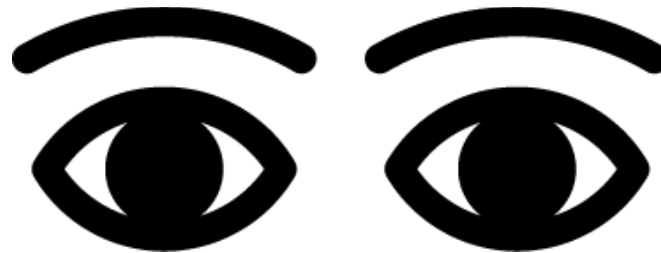
HVILKEN MODEL FOR VORES EGNE VIRKSOMHEDER VIRKER?

Socialøkonomi
'social gone business'

Café Sonja
Fredes Woodshop

Socialøkonomi v.2.0

Heidi & Bjarne
Normas
Grønne Kræfter



INGEN AF DEM..

..Hvis ikke du også har fokus på
kunden!

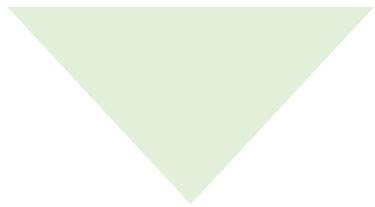
Kundens rejse til maden

Eks.
Social
gone
Business



SPØRG' KUNDEN!

- Hvem er kunden (type/karakteristik)?
- Hvor er kunden?
- Hvordan oplever og ser kunden os?
- Hvad er kundens behov og værdier?



Omsæt det til tiltag i din virksomhed!



Eksempler på Learnings!

- Café Sonja -> Flexitarer -> Vegetartirsdag & Onsdagsflæsk med persillesovs
- Plantula/Grønne Kræfter -> Mere end æstetik -> Funktionelle planter
- Heidi & Bjarne -> Nybagte fædre -> Story Telling i vores indretning
- Normas -> Oplevelsesunivers -> Mere personlig betjening



Øvelse:
Skitsér din kunde + lave customer journey
(15 min.)

Er der nogle kritiske touchpoint, hvor du ikke
møder kundens forventninger?

Sociale wins

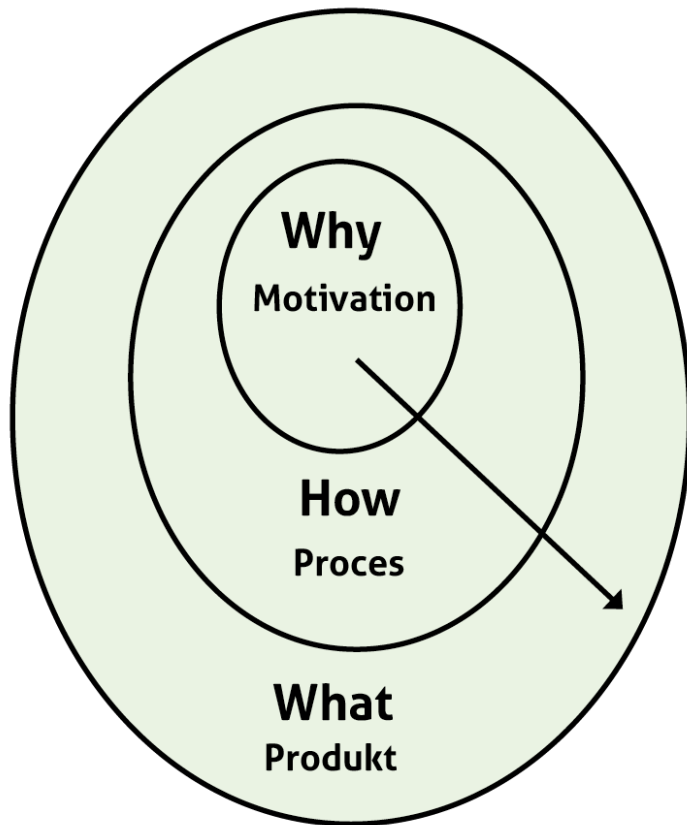


Kommerciële wins



Kernefortælling:

Dit 'Why' skal være udgangspunktet i alt hvad du gør!



**people don't
buy what you
do.**

**they buy why
you do it.**

Café Sonjas kernefortælling

Vi tror på, at alle har noget at bidrage med!

Vi skaber meningsfulde og magiske fælleskaber med mennesker, der ikke har fået den rigtige chance på det rigtige tidspunkt. I cafe Sonja er der en stemning af hjemlighed, rummelighed og lighed.

Sammen driver vi en café, der har plads til forskellighed og hvor tillid, tryghed og anerkendelse er i højsædet. Hos os er der plads til at vokse ind i arbejdslivet igen!

Vi løfter udsatte borgere socialt og fagligt.

Vi laver mad fra bunden og serverer økologiske måltider baseret på vores passion for madhåndværk og troen på medmennesker, der har brug for en trædesten tilbage til arbejdslivet.

Vi tilbyder morgenmad, frokost og aftensmad, hvor vi har fokus på, at du får den bedste kvalitet.



FÆLLESSKAB, HJERTERUM, RUMMELIGHED & KAFFE

HJERTEKAFFE LIGHEDSKAFFE

KAFFERUM HJERTELIG KAFFE

RUMKAFFE KAFFEHJERTE

HJERTERUMSKAFFE



cafesonja • Følger

cafesonja Astrid har kogt den herligste bøttesovs med rosmarin til dine veganske wraps 🌱🥗 Med ristede kikærter, yoghurt dressing og salater er der grøn grøn lykke til alle 🌱

Kom glad forbi ... vi sætter buffeten op kl 16.30
70kr for al den herlighed 🙌

#veganfood #vegansk #plantebaseret
jeanettevraae #hendeder ❤️



Salgsaktiviteter baseret på 'why'

Øvelse // 10 minutter

Hvad er de 3 vigtigste værdier i din virksomhed?

Design en salgsaktivitet ud fra dine tre værdier med tanke på kunden, du beskrev tidligere.



Vigtigste pointer

- Ikke sylte kundens betydning - eller værdi for jeres sociale eller miljømæssige formål.
- Kend din kunde!
- Tænk i kunderejse og formål, når du vil designe, teste, analysere dine tiltag
- Husk dit 'why', når du skaber

Tak for ordet

