

Bättre marknadsföring tack vare affärscoachen

Hållbarhetskonsulten Johnny Gylling drog nytta av medlemskapet.

Johnny Gylling har hunnit med mycket i karriären. Han har varit allt från yrkeschaufför och ungdomsledare i en kyrka till it-konsult inom industrin och riksdagsledamot för Kristdemokraterna. Under alla dessa faser i yrkeslivet har Johnny närt samma dröm: att en dag få driva eget företag.

– Det som har lockat mig är frihetskänslan att få styra över min egen tid och kunna arbeta med exakt det jag vill. Men trygghetsbehovet har hindrat mig under åren. Nu när jag är inne i den sista fasen av mitt yrkesliv kändes det som att det var nu eller aldrig att satsa, säger Johnny.

För två år sedan startade han företaget GE 99 där han erbjuder rådgivning inom CSR (Corporate Social Responsibility) och hållbarhetsfrågor. Att han skulle arbeta med samhällsfrågor kom naturligt efter att han hade arbetat sju år som CSR-ansvarig inom telekombranschen.

– Jag vill hjälpa företag att bli goda företag som tar ansvar för sin omvärld. Det

finns ett växande behov av stöd och hjälp kring hållbarhet i näringslivet.

Bland kunderna finns framför allt lite större företag med över 100 anställda där det finns en företagsledning som är intresserad av hållbarhet och samhällsansvar.

»Jag säljer med andra ord min kompetens genom konkreta dokument och planer.«

– Det är företag som är motiverade att göra det lilla extra och som förstår att det kan vara lönsamt.

Att göra sig ett namn som hållbarhetskonsult har dock varit en utmaning för Johnny. Han visste redan från start att det skulle bli svårt att sälja in vad CSR är, då det i mångas öron låter lite »flummigt«.

– Den svåraste biten var just hur jag skulle marknadsföra mitt företag. I början var jag naiv och tänkte att jag, som har ett stort nätverk, bara kunde kontakta några företagsledare jag känner så skulle det lösa sig. Men så enkelt var det inte.

JOHNNY GYLLING

Ålder: 60 år.

Bor: i Karlskrona.

Gör: Driver det egna företaget GE 99 där han erbjuder rådgivning inom CSR och hållbarhet.

– Jag har kunnat prata med honom om affärsplanen, om hur jag ska paketera mina tjänster, vilka säljargument jag ska använda och vilka målgrupper jag ska

rikta in mig på. Det har varit en ovärderlig hjälp.

Affärscoachen fick Johnny att inse att han behövde paketera sin kunskap och sin erfarenhet till något konkret, så att potentiella kunder förstår vad det är de får om de anlitar honom.

– Så det mina kunder får rent konkret är en hållbarhetsstrategi och en kommunikationsplan för hur de ska kommunicera sitt goda arbete. Jag säljer alltså min kompetens genom konkreta dokument och planer.

Genom samtalen med affärscoachen kom Johnny fram till att ren annonsering inte passar för hans företag. Han får fler kunder genom att synas på olika konferenser och att vara ute och föreläsa.

– Man måste hitta sin egen väg med marknadsföringen. Jag försöker till exempel vara aktiv i sociala medier, men tycker det är svårt att uppdatera ofta och att hänga med i utvecklingen. Så då är inte det prioriterat för mig.

Tidigare i år kom en glädjande nyhet för hållbarhetskonsulter som Johnny. En ny lagändring kommer att träda i kraft vid årsskiftet, där alla företag med fler än 250 anställda är tvungna att upprätta årliga hållbarhetsrapporter. Regeringen uppskattar att den nya lagen kommer att beröra upp till 1 600 företag.

– Jag har redan börjat använda nyheten i min marknadsföring och lyfter fram att jag kan hjälpa företag med de här frågorna. ♣

