

Förädlar sitt företag genom webbaserad kurs i cirkelform

TEXT OCH FOTO: ANNA-KARIN HALLGREN

När Gloria Nordlund kom till Sverige från Chile för 30 år sedan hade hon aldrig lagat mat. Idag driver hon Glorias Äppelgård och produkterna i gårdsbutiken har hon skapat och lagat själv.

Menykursen Kommunikation med vår omvärld har kommit fram till sista träffen och fyra av sex småföretagare från Skåne har rest upp till Göteborg för ett studiebesök på SIK. Kursen är webbaserad och ges i cirkelform.

– Vi använder den webbaserade kursen som grund. Deltagarna gör lektionerna och sina uppgifter hemma och sedan träffas vi och diskuterar tillsammans, säger Maria Schmidt Larsson som är kursledare.

Hon har tidigare gett kursen som enbart webbaserad, men nu i cirkelform för andra gången.

– När kursen är helt webbaserad så finns ett diskussionsforum, men det var svårt att få igång diskussionerna, så träffarna lyfter hela gruppen.

En av deltagarna är Gloria Nordlund, som driver Glorias Äppelgård utanför Lund.

– Jag har gått flera marknadsföringskurser, men den här har varit mer handgripelig. Jag har idag två logotyper – och det är ju helt fel. Nu ska jag ta fram ett nytt marknadsföringsmaterial, säger hon.

Håkan Albrektsson som nyss startat Österlenhonung håller med.

– Här pratar vi konkret om logotyp och etiketter, det är grundläggande kunskap som är viktig för att nå ut till våra kunder.

Alla driver sina företag ensamma, även om några av dem har timanställda under skördetid.

Stärkt självförtroende

Birgit Risberg säljer både hantverk, bär och grönsaker. Hon vill locka fler kunder till sin gård och genom kursen har hon stärkt sitt självförtroende. Dessutom har hon fått ett nytt nätverk som hon kan höra av sig till och bolla sina tankar med – människor som själva har ett litet företag.

Gloria Nordlund är den i gruppen som har drivit sitt företag längst. Hon kom till Sverige från Chile för tre decennier sedan och var egentligen kläddesigner. Men för att jobba med design i Sverige behövde hon kunna engelska och det kan hon fortfarande inte tillräckligt bra.

– Jag tror att det var mitt behov av att göra något kreativt som fick mig att börja laga mat till slut, säger Gloria Nordlund.

Parallellt med att hon födde och tog hand om fyra söner, så planterades äppelträden. Idag har hon och maken 12 000 äppelträd och i gårdsbutikkens hyllor står chutney, marmelader, vinäger, senap – samtliga med äpplen i och såväl tillagade som skapade av Gloria själv. Nu finns hennes produkter dessutom hos 15 åter-



Logotypen är grunden till all marknadsföring, inser Gloria Nordlund efter att hon har gått kursen Kommunikation med vår omvärld. Den nya loggan ska bli personlig och äppelinspirerad.

försäljare i Göteborg, Stockholm, Uppsala och Skåne givetvis.

– Den populäraste produkten är en kryddstark sås som jag har gjort efter gamla recept hemifrån, fast jag har i äpplen också. Jag kallar den Glorias hetta, säger hon och ler stort.

Stöttar varandra

Gloria har aldrig känt att det skulle vara svårare för henne som är invandrare, däremot har det bitvis varit svårt att vara egenföretagare och kvinna.

– Utan mina kvinnliga nätverk hade jag aldrig klarat av det här, förtydligar hon.

Hon upplever att småföretagare generellt har blivit mycket bättre på att stötta varandra idag mot för ett tiotal år sedan.

– Då fick vi ingen hjälp. Jag kunde fråga någon var de hade köpt sina glasburkar och fick bara svävande svar. Idag är det helt annorlunda.

Däremot har hon fått mycket stöd och hjälp i utbytet med Lunds universitet och SLU, Sveriges lantbruksuniversitet, i Alnarp.

– Det viktigaste som egenföretagare är att våga öppna munnen och fråga, det är först då man får något svar, säger Gloria Nordlund. ■