

VIKTEN AV RÄTT TAJMING

Att vara en framgångsrik entreprenör handlar om mod, kunskap, kontakter och envishet. Men det räcker inte – affärsidén måste också vara utvecklingsbar och ligga rätt i tiden. Det vet Jenny Leister som 2007 försökte starta företaget Mind Gym.



MIN IDÉ VAR ETT GYM där man kunde träna både fysiskt och mentalt. Jag ville att det skulle vara enkelt och tidseffektivt men viktigast av allt var att den mentala träningen skulle vara en jobbvastning för att fatta bättre beslut, säger Jenny Leister.

Hon ville att träningen skulle vara enkel och effektiv därför var det viktigt att lokalen låg centralt. Inredningen skulle främja träningen med allt från ljud- och ljusinstallationer till ett slags slussar, rum för vila före och efter träningen för att ställa om till och från vardagen.

För att kunna erbjuda världsledande tränare, som då 2007 framför allt fanns i USA och Storbritannien, till en överkomlig kostnad skulle virtuella instruktörer guida via bild och ljud, ungefär som audioguiden som används på museer. Mindlethics, en webbaserad kopia av gymmet, utvecklades för att medlemmarna skulle kunna fortsätta att utöva mental träning hemifrån.

Många såg affärsidéns potential. Jenny blev uttagen till ett inkubationsprogram hos Iqube och Almi gick in med pengar. Det verkade också finnas en marknad.

– Jag fick bra respons på marknadsundersökningarna. Folk som aldrig hade tränat mentalt kunde förstå nyt-

tan och ville gå på mitt Mind Gym.

Men när hon letade finansiering började projektet svaja. Konceptet visade sig vara svårt att förklara.

– Jag hade börjat i fel ände. Mitt intresse låg inte i den fysiska träningen.

Den hade jag lagt till för att nå en bredare publik som redan tränade, men när jag presenterade projektet fokuserades allt på den fysiska delen. Och där hakade det upp sig. Jag insåg att jag hade tänkt ut något som faktiskt

Jenny Leister fick lära sig om vikten av att ligga rätt i tiden då hon 2007 försökte starta företaget Mind Gym.



När Gillettes nya rakhyvel äntligen lanserades 1903 såldes bara 51 hyvlar och 168 blad.

FÖRE
SIN TID

inte funkade, säger Jenny Leister.

Bristande finansiering satte till slut stopp för affärsidén. I dag när synen på mental träning har förändrats finns liknande idéer i olika versioner. Mindfulness- och meditationsappar är storsäljare. Soulcyling, en blandning av spinning och mindfulness är en het trend i USA. På fitnessanläggningar runt om i världen erbjuder träningsföretaget Les Mills klasser där filmer med instruktörer projiceras på stor duk.

FRÅGAN ÄR DÅ om utvecklingsarbetet varit förgäves? Det tycker inte Jenny som har jobbat vidare med mental träning på olika sätt. Hon utvecklar Mindlethics, alltså den webbaserade delen av Mind Gym, till en app som innehåller mentala träningsprogram

”Jag insåg att jag hade tänkt ut något som faktiskt inte funkade.”

och spel. Hon har också inlett ett samarbete med Sthlm Mind, en neurovetenskapens motsvarighet till Science Centers som erbjuder besökare att utforska sådant som lärande, innovation, ledarskap och kreativt skapande i experimentverkstäder.

– Nu kommer det här som jag ville göra, att utbilda människor i kunskapen om vad som händer med oss när vi tränar olika emotionella och mentala kompetenser. Nu ligger det i tiden. Vd:ar över hela världen har börjat meditera för att öka sin prestation, avslutar Jenny Leister. ■

■ Tänk om man skulle kunna raka sig utan vatten, lödder och rakblad? Tack vare en enorm insamling på crowdfunding sajten Kickstarter kan den laserdrivna rakhyveln Skarp bli

verklighet. Morgan Gustavsson, som uppfann hårborttagningsmetoden IPL, har nu arbetat fram en rakhyvel som tar bort skägg och hår med hjälp av laser. Livslängden för hyveln är

50 000 timmar och den drivs med hjälp av ett AAA-batteri. Mer än 30 miljoner kronor har samlats in genom gräsrotsfinansiering och produkten väntas bli klar i början av nästa år.

RÄTT I
TIDEN?



Den laserdrivna rakhyveln Skarp har gjort succé på crowdfunding sajten Kickstarter och har redan samlat in mer än 30 miljoner kronor.

2x3

Tre tips från en innovationsexpert

■ Carl Naumburg, programansvarig för "Innovationsprojekt i företag" på Vinnova, listar hur de bedömer en affärsidé.

1. Projektet ska vara helt nytt eller väsentligt bättre än vad som finns på aktuell marknad. En strategi för att ta sig in på marknaden måste finnas. Där tar vi hänsyn till att alla branscher har olika kommersialiseringsstid.

2. Är affärsidén skalbar? Går det att växla upp med stor marknadspotential? Man kan ha världens bästa idé som passar där man bor men sedan är det stopp. Det är en innovation men den går inte att utveckla.

3. Endast ett fåtal affärsidéer leder till snabbt växande företag. Men utvecklingsarbetet kan ge andra vinster: ökad kompetens som leder till andra projekt, insikt om att idén passar en annan bransch eller att avbryta ett dyrt utvecklingsprojekt. Samarbeten och köp av kompetens ger ofta ett utvecklingsorienterat beteende som leder till ökad konkurrenskraft.

Tre idéer med trög start som blev succé

RAKHVELN

■ 1899 fick King Camp Gillette idén att utveckla en rakhyvel för säkrare rakning. Det visade sig vara svårt att få fram ett rakblad som var starkt, tunt, vasst och billigt. När hyveln äntligen lanserades 1903 såldes bara 51 hyvlar och 168 blad. Året efter gick det lite bättre då 90 000 hyvlar och 12 miljoner blad såldes.

KÄLLA: POPULÄR HISTORIA, WIKIPEDIA, ENCYCLOPEDIA.COM

APPLE TV

■ 1993 lanserades Macintosh TV. Ingen succé tyvärr för det var i princip omöjligt att titta på tv med den. Tur att bara 10 000 producerades. Nu finns Apple TV för strömningstjänster som i januari 2015 hade sålts i över 25 miljoner exemplar.

KÄLLA: MAC WORLD, RECODE.NET

E-HANDEL

■ I slutet av 1990-talet gjordes flera försök med e-handel. Det mest kända är kanske Boo.com som drog in 1,2 miljarder i riskkapital men som efter stora tekniska problem och förseningar gick i konkurs efter ett halvår. I dag köper i princip alla saker via nätet. 2014 omsatte den svenska e-handeln 42,9 miljarder kronor.

KÄLLA: WIKIPEDIA, HUI