



young
equine
innovators

MODUL 5

Digitalisering

*Det digitala lagret kring
din hästverksamhet –
kundresan, AI, system,
pengar, förtroende*

www.younequineinnovators.eu



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

[Young Equine Innovators OERs](#) ©
by [YEI Consortium](#) is licensed
under [CC BY-SA 4.0](#)





innehåll

- 01 Inledning — Digitalisering av ditt hästutbud
- 02 Kartlägg den digitala kundresan — Sju steg
- 03 Din minimala digitala närvaro — Kanal och åtgärd
- 04 Digital drift av gården — Register, scheman, välfärd
- 05 Att nå och behålla kunder — Bokningar, marknadsföring, CRM



innehåll

- 06 AI som din affärsassistent
- 07 Få betalt
- 08 Förtroende, säkerhet och etik online
- 09 Mäta, förbättra och blicka framåt

Viktig information innan du börjar



Denna modul är utformad för utbildning, företagsplanering och kompetensutveckling. Den presenterar exempel på digitala verktyg, AI-plattformar, bokningssystem, betaltjänster, programvara och online-resurser som kan stödja en hästverksamhet.

Kommersiella referenser: Referenser till tredjepartsleverantörer ingår som praktiska exempel. Att de ingår innebär inte någon rekommendation, godkännande eller garanti från Young Equine Innovators, projektpartnererna, Europeiska unionen eller EACEA.

Kontrollera aktuell information: Priser, transaktionsavgifter, funktioner, åtkomstnivåer, behörighet, säkerhetsåtgärder och användarvillkor kan ändras. Kontrollera alltid aktuell information direkt hos leverantören och jämför lämpliga alternativ innan du skapar ett konto, delar information eller gör en betalning.

Professionell rådgivning: Modulen ersätter inte professionell rådgivning inom juridik, ekonomi, skatter, försäkringar, veterinärmedicin, djurskydd, dataskydd eller cybersäkerhet. Elever och företag bör följa de lagar, förordningar, ålderskrav och yrkesstandarder som gäller i deras eget land och i deras situation.

AI och digitalt ansvar: AI-resultat och onlineinformation bör kontrolleras med avseende på riktighet, lämplighet, hästars välfärd, integritet, samtycke och affärsrisk. Ange inte konfidentiell information om kunder, hästar, ekonomi eller verksamhet i ett digitalt verktyg om du inte förstår hur den informationen kommer att lagras och användas.

Ditt beslut: Det slutgiltiga ansvaret för att välja verktyg, godkänna innehåll, skydda information, hantera betalningar och kommunicera med kunder ligger fortfarande hos användaren och hästföretaget.

Lärandemål



När du har avslutat denna modul kommer du att kunna:

- Kartlägga den digitala kundresan för ditt eget erbjudande – sju steg, en digital kontaktpunkt per steg.
- Skapa en minimal digital närvaro som gör det möjligt för en verklig kund att förstå och agera på ditt erbjudande.
- Ställa in centrala gårdssystem digitalt — hästregister, välfärdsloggar, påminnelser.
- Välja digitala verktyg för bokningar, marknadsföring, CRM, betalningar och administration.
- Använda AI som en praktisk affärsassistent – med en femdelad prompt och CARE-kontrollen.
- Tillämpa regler för cybersäkerhet, GDPR och fototillstånd på din gård.
- Lansera ett nytt digitalt verktyg på 30 dagar utan att förlora teamet eller hästarna.
- Skapa en digital affärsplan för hästverksamhet på en sida som stöder dina första

Din arbetsbok – gör den till din egen

Denna modul levereras med en arbetsbok. Den är din att markera, skriva i och dela med en mentor.

En regel: det finns inga regler.

Du behöver inte göra alla övningar. Vissa passar kanske inte din idé, din situation eller ditt land. Poängen är att välja de som hjälper just DIN verksamhet framåt och hoppa över resten utan att känna skuld.

En arbetsbok som är halvfärdig men som du har använt är bättre än en arbetsbok som är helt ifylld och undanstoppad.



01

Inledning Digitalisering av ditt hästutbud

Unga innovatörer inom hästbranschen

Det digitala är det som omger ditt hästrelaterade utbud

En hästverksamhet omfattar ögonblicken före, under och efter det hästrelaterade arbetet – upptäckt, förfrågan, bokning, betalning, förberedelse, samtycke, leverans, uppdateringar, dokumentation, feedback och återlämning.

- **HITTA** — Hjälp rätt kunder att upptäcka och förstå ditt erbjudande.
- **FÖRTROENDE** — Visa standarder, samtycke, välfärdstänkande och pålitlig kommunikation.
- **AGERA** — Gör det enkelt att göra förfrågningar, boka, köpa, få uppdateringar och returnera.



*Ditt
hästrelaterade
erbjudande
(produkt, tjänst,
upplevelse eller
satsning) står i
centrum*

*Det digitala stöder
kunden och
affärsresan kring det.*

Vad vi vet hittills...

Modul 4 gav dig grunden för ditt företag – system, kundupplevelse, mål, finansiering. Denna modul gör dem digitala.

Ta med dig följande från modul 4:

- Din affärssystemplan – de sex kärnsystem du kartlagt.
- Ditt löfte till kunderna – de 3–5 standarder du åtagit dig att följa.
- Dina SMART-mål för de kommande 90 dagarna.
- Din finansieringsplan – vad du kommer att spendera på verktyg och prenumerationer.

I modul 5 väljer du ett digitalt verktyg, eller inget verktyg alls, för vart och ett av dessa system.

Filtret för digitala val

Använd detta filter innan du väljer något verktyg, någon plattform eller något abonnemang.

KUNDVÄRDE — gör det kundupplevelsen enklare, tydligare eller mer pålitlig?

FÖRETAGSVÄRDE — sparar det tid, minskar det misstag, stöder det försäljningen eller förbättrar det leveransen?

KOSTNAD OCH ARBETSINSATS — har du råd med det, kan du lära dig det och underhålla det med den tid du har?

VÄLBEFINNANDE OCH FÖRTROENDE — skyddar det hästar, människor, personuppgifter och rykte?

Beslutsmening: Jag kommer att använda detta verktyg eftersom det stöder mina kunder, mina leveranser och mina förtroendestandarder.



AVSNITT

02

Kartlägg den digitala kundresan

Unga innovatörer inom hästbranschen

De sju stegen i den digitala kundresan

Varje kundupplevelse genomgår sju steg. Det digitala underlättar vart och ett av dem, men om det används felaktigt kan det förstöra dem.

1. **UPPTÄCK** — de ser dig först (digital sökning, din digitala närvaro och sociala medier).
2. **FÖRSTÅ** — de avgör om erbjudandet är något för dem.
3. **FÖRTROENDE** — de ser bevis på omtanke, kvalitet, välfärd och pålitlighet.
4. **HANDLA** — de skickar meddelanden, klickar, bokar eller köper.
5. **FÖRBEREDA** — de får påminnelser, vägbeskrivningar, information om vad de ska ta med sig eller göra.
6. **MOTTA** — sessionen, produkten eller tjänsten levereras och registreras.
7. **ÅTERKOMMA** — de lämnar omdömen, rekommenderar och bokar igen.

Fråga dig själv innan du väljer något verktyg: vilket steg förbättrar detta digitala val?

Exempel: två olika digitala kundresor

PRODUKT — ridhandskar med fokus på välbefinnande

- **UPPTÄCK:** kort Instagram-video som visar grepp, sömmar och vinteranvändning.
- **FÖRSTÅ:** tydlig beskrivning av "vem de passar" — dagliga cyklister, vinterarbete på gården, åldrarna 16–30. Storleksguide med ett foto per storlek.
- **FÖRTROENDE:** kundfoton med samtycke, tydlig storleksguide.
- **AGERA:** enkelt beställningsformulär med storlek, färg, betalning.
- **FÖRBERED:** bekräftelsemeddelande + skötselanvisningar.
- **MOTTA:** packad beställning med skötselkort.
- **RETUR:** begäran om recension +

SERVICE — kontroll av sadelkomfort

- **UPPTÄCK:** inlägg som förklarar tre tecken på att en sadel kan kännas obekväm.
- **FÖRSTÅ:** "Är en sadelkontroll något för mig?" Vanliga frågor — lämpliga discipliner, sessionens längd, vad som händer, vem det inte är lämpligt för.
- **FÖRTROENDE:** tränarens kvalifikationer, process, pris.
- **AGERA:** bokningslänk med plats, hästuppgifter, önskad tid.
- **FÖRBERED:** meddelande om utrustning som ska förberedas och vem som bör delta.
- **MOTTA:** anteckningar från sessionen, observationer, rekommenderat nästa steg.
- **ÅTERKOMST:** uppföljning efter två veckor + möjlighet till ny kontroll.

Aktivitet: Skapa din digitala kundresekarta

Använd ditt eget erbjudande. För vart och ett av de sju stegen skriver du kundens fråga, din digitala kontaktpunkt och den standard du kommer att hålla.

Format: Steg — Kundens fråga — Min digitala kontaktpunkt — Min standard

Tre exempel:

- 1. Upptäck** — Var kommer de att se mig först? — Instagram + Google Business — minst ett inlägg per vecka som visar arbetet.
- 2. Förtroende** — Vilka bevis hjälper dem att känna sig trygga? Fastnålade välfärdslöften + fotogalleri — varje foto med skriftligt medgivande.
- 3. Handling** — Hur kommer de att fråga, boka eller köpa? — Bookwhen-sida med lediga tider + 25 € i deposition — svar inom 4 timmar, varje gång.



AVSNITT

03

Din minimala digitala
närvaro

Vad din digitala närvaro måste tydliggöra

En främling ska förstå vad du erbjuder, vem det riktar sig till och vad man ska göra härnäst, inom en minut efter att ha hittat dig.

Din närvaro måste minst visa:

- **ERBJUDANDE** — vad du tillhandahåller och vad som ingår.
- **KUND** — vem erbjudandet passar för.
- **VÄRDE** — det resultat, den fördel eller den förbättring kunden får.
- **FÖRTROENDE** — bevis på omsorg, kvalitet, välfärd och tillförlitlighet.
- **ÅTGÄRD** — hur man gör en förfrågan, bokar, köper eller ställer en fråga.
- **GRÄNSER** — tillgänglighet, begränsningar, lämplighet, samtycke, säkerhetsvillkor.

Om någon av dessa sex punkter saknas förlorar du kunder innan de ens har ställt en fråga.

Välj din första kanal

Välj EN kanal och gör det bra. Sprid ut dig för mycket och du riskerar att göra allt dåligt.

INSTAGRAM ELLER FACEBOOK-SIDA — visuella erbjudanden, lokala tjänster, upplevelser, ungdomsvänliga uppdateringar.

Inkludera: biografi, plats, kontaktuppgifter, höjdpunkter, bevis på arbete, tydlig uppmaning till handling.

EN-SIDIG WEBBPLATS (Carrd, Squarespace, Wix) — erbjudanden som kräver tydlig information, priser, formulär, policyer.

Inkludera: erbjudandesida, bokningsprocess, vanliga frågor, kontaktuppgifter, bevis på förtroende.

ONLINE-BUTIK ELLER BESTÄLLNINGSFÖRMULÄR (Etsy, Shopify, Instagram Shopping) — produkter, kit, tryck, utrustning.

Inkludera: foton, storlekar, pris, leverans, returer, betalning, skötselanvisningar.

DIGITAL PORTFÖLJ (Notion, Carrd) — frilansuppdrag, fotografering, coaching, trädgårdstjänster.

Inkludera: kompetens, tillgänglighet, arbetsprover, referenser, kontaktuppgifter, faktureringsrutiner.

Digitalt förtroende – vad kunderna egentligen söker

Förtroende byggs genom tydlig information, konsekventa standarder och synlig omtanke.

REELL INFORMATION — namn, område, kontaktmetod, erbjudandets detaljer, svarstid.

KVALITETSBEVIS — foton, exempel, kundomdömen, resultat, processanteckningar.

VÄLFÄRDSTANDARDER — hur hästar behandlas, kontrolleras och skyddas.

TYDLIGA VILLKOR — pris, bokningsprocess, avbokning, leverans, lämplighet.

SAMTYCKESRUTIN — bilder och citat delas endast med tillstånd.

PROFESSIONELL TON — hjälpsam, respektfull och lugn kommunikation i alla kanaler.

En ung hästentreprenör med alla sex synliga förtroendepunkter kan slå ett etablerat företag som saknar dem alla.

Uppgift: Utforma din minimala digitala närvaro

Skapa den minsta första versionen som gör att en riktig kund kan förstå och agera på ditt erbjudande.

Format: Fråga — Ditt svar

1. Vilken kanal ska jag använda först?

2. Vad kommer min profil eller sida att säga i en mening?

3. Vilka tre bevis på förtroende ska jag visa upp?



AVSNITT

04

Digital drift av hästgården.

Din verksamhet kan vara belägen inom eller utanför hästgårdsmiljön. Oavsett vilket är hästgården central för hästbranschen, och att förstå hur den drivs digitalt ger dig värdefull branschinsikt.

Vad ett digitalt lagerhanteringssystem egentligen gör

Ett gårdshanteringssystem ersätter frågor som "vem matade Bonnie?" och den whiteboard som ingen uppdaterar.

De sex saker som ett digitalt gårdssystem spårar:

1. Dagliga uppgifter och checklistor – utfodring, utevistelse, muckning, motion.
2. Hästprofiler – ålder, ras, ägare, rutiner, beteendanteckningar.
3. Personalens arbetsschema och skiftöverlämningar – vem är i tjänst, vem behöver informeras om vad.
4. Foderplaner och utevistelsetider – repeterbara, skriftliga, daterade.
5. Händelser, veterinärbesök och underhållsloggar – sökbara, med foton.
6. Kommunikation med ägaren — på ett ställe, inte i fem WhatsApp-trådar.

Digitala alternativ (betalda): HorseTracking, EquineTrack, Stable Secretary, Hivemind eller ett delat Notion-arbetsutrymme.

Hästdokumentation – välbefinnande som går att bevisa

Om det inte finns dokumenterat, har det inte hänt. Det är inte juridisk rådgivning; det är så inspektörer, veterinärer och försäkringsbolag ser på saken.

Varje häst på din gård bör ha en digital journal som visar:

- Sjukdomshistoria, vaccinationer och avmaskningsdatum.
- Besök hos hovslagare, tandläkare och rutinbesök hos veterinär (med foton på utfört arbete).
- Eventuella incidenter, hälta eller beteendeförändringar – daterade, undertecknade, fotograferade.
- Träningsbelastning – hur många pass, med vem, hur länge.
- Anteckningar om veterinärbehandling – datum, dosering, anledning, vem som godkänt.

När något går fel är det denna dokumentation som skyddar hästen, personalen och verksamheten

Unga innovatörer inom hästbranschen

Automatiska påminnelser som förhindrar katastrofer inom djurhälsan

Den mest användbara digitala funktionen för en hästgård är inte digitala instrumentpaneler – det är påminnelser som skickas till dig dagen innan.

Ställ in automatiska påminnelser för:

- Vaccinationer – 14 dagar före.
- Besök hos hovslagaren – 7 dagar före.
- Avmaskningsschema – säsongvis.
- Tandkontroll – årlig påminnelse.
- Förnyelse av försäkring – 30 dagar före.
- Förnyelse av pass – 90 dagar före.

Ett abonnemang på 5 € per månad med pålitliga påminnelser är billigare än en missad vaccination.

Exempel: Lýtingsstaðir – en dag i det digitala livet

I modul 4 träffade du Lýtingsstaðir – Evelyns och Sveinns företag som erbjuder vandring och lantgårdsboende i norra Island. Så här ser deras dag ut med hjälp av digitala verktyg.

BOKNINGAR – telefon + e-post, tillgänglighet i en delad Google-kalender som personalen kan se.

GÄSTUPPGIFTER – ryttarens vikt, erfarenhet och tillgänglighetsbehov i ett enda gästark, som används för att matcha häst och ryttare.

DAGLIG KONTROLL – utskriven och laminerad checklista per stallrunda; vad som har gjorts, av vem, underskrivet.

HÄSTROTATION – dagligen med papper och penna, överförs varje månad till en årlig digital arbetsbelastningsspårare – så att ingen häst blir överansträngd under säsongen.

UPPDATERINGAR TILL ÄGARNA – ett dagligt gruppfoto + ett kort meddelande till gästernas WhatsApp före ridturen.

VÄLFÄRDSPROTOKOLL – digitalt, förs av Sveinn, uppdateras varje vecka. Varje häst, varje behandling, daterad och undertecknad.

Kostnad för den digitala lösningen: 0 € (gratis Google + WhatsApp) plus 15 € /månad för annor för välfärdsregister

Unga innovatörer inom hästbranschen

Bärbara enheter – när de är värda att satsa på (och när de inte är det)

Sensorer och wearables mäter hjärtfrekvens, återhämtning, stegsymmetri och GPS-rutter. De är ett verktyg för prestation och välbefinnande, och det är upp till dig att avgöra om de är nödvändiga i detta skede av din verksamhet

Värt det när:

- Tävling, sport eller rehabilitering.
- Du vill ha tidig varning om överträning.
- Du behöver data att dela med veterinärer eller ägare.
- Personal som är utbildad att tolka den.

Inte värt det när:

- Ridning, vandring eller allmän hästhållning.
- Ingen har tid att titta på data.
- Kostnaden överstiger vinsten i form av välbefinnande.

Regeln för bärbara enheter: data stöder observation. Om hästen ser sjuk ut, agera först och dokumentera sedan.

AKTIVITET: Din trädgårds digitala utgångsläge

Titta på din nuvarande trädgård (eller planerade trädgård). Var finns bristerna? De tillfällen då något missas, upprepas eller blir föremål för diskussion? Det är där dina digitala möjligheter finns.

Format: Problem på gården — nuvarande metod — digitalt alternativ — skulle jag faktiskt använda det?

Tre exempel:

1. Foderplaner ändras muntligt och glöms bort – tavlan torkas av dagligen – delat Google Sheet öppet på iPad:en i sadelkammaren – ja, om personalen håller sig till det.
2. Vaccinationsdatum glöms bort – pappersdagbok på kontoret – automatiska påminnelser i en app för hästregister – ja, värt 5 €/månad.
3. Ägarfoton skickas till en personlig WhatsApp – telefonen blir full och går förlorad – en dedikerad WhatsApp Business med sändningslistor – ja, gratis.



AVSNITT

05

Att nå och behålla kunder

Alla hästföretag är beroende av att människor väljer dem, litar på dem och återkommer. Digitala verktyg kan hjälpa dig att nå rätt kunder, kommunicera tydligt och bygga relationer som varar.

Unga innovatörer inom hästbranschen

Onlinebokningar – vad som verkligen fungerar

Onlinebokningar löser tre problem: missade telefonsamtal, dubbelbokade tider och kunder som ger upp eftersom de var tvungna att lämna ett röstmeddelande.

Vad ett bra bokningssystem behöver:

- Lediga tider som visas i realtid — inget ”jag återkommer”.
- Information om ryttaren registreras i förväg — erfarenhet, vikt, tillgänglighet, kontaktuppgifter.
- Tydlig prissättning – publicerad, inte viskad.
- En avbokningspolicy som skyddar verksamheten utan att vara fientlig.
- En möjlighet att betala en deposition för seriösa förfrågningar.

Verktögsalternativ: Bookwhen, SimplyBook, Calendly, Acuity eller en kombination av Google Form + Calendly. Kostnad: Från gratis till 30 €/månad.

Digital marknadsföring – tre saker, varje vecka, gjort på rätt sätt

Din marknadsföringsplan som ett litet hästföretag bör vara tillräckligt enkel för att du faktiskt ska genomföra den. Tre saker, varje vecka, under ett år

1. ETT inlägg i veckan som visar arbetet – en häst, en glad ryttare, ett ögonblick.
2. ETT inlägg i veckan som delar med sig av värderingarna – välfärd, träningsmetod, hållbarhet.
3. EN direkt förfrågan i veckan – ”tre platser kvar denna lördag” eller ”nya datum för ponnylägret har släppts”.

Välj en plattform – Instagram eller Facebook – och gör det bra. Sprid inte ut dig för mycket.

Planera en månad i taget med hjälp av ett gratisverktyg (Meta Business Suite, Buffer, Later). Sitt inte med telefonen varje dag och jaga engagemang.

Sociala medier – ditt rykte ligger öppet för alla att

se

Sociala medier är din skyltfönster. Det är också den plats där en enda dålig bild kan skada ditt rykte inom välfärdssektorn över en natt.

Regler för gårdens rykte på sociala medier:

- Lägg aldrig upp bilder på en häst som är stressad, svettas av värmen eller uppenbarligen mår dåligt.
- Lägg aldrig upp bilder på barn utan föräldrarnas uttryckliga skriftliga medgivande.
- Dela aldrig realtidspositionen för värdefulla hästar (stöldrisk).
- Visa arbetet, inte perfektionen – en välfärdsmedveten publik misstror överdrivet kuraterade gårdar.
- Svara på negativa kommentarer lugnt och sakligt, aldrig defensivt.

Gränsregeln: ha ett separat konto för arbetet. Privatlivet är inte stallens angelägenhet.

Grunderna i CRM – att veta vem som bokar, när och varför

CRM = kundrelationshantering. För ett litet hästföretag är ett CRM ett kalkylblad som vet tillräckligt mycket om dina kunder för att fungera som ett minne.

Ett grundläggande CRM spårar:

- Namn, kontaktuppgifter, plats, hur de först hittade dig.
- Varje session de har bokat — när, vad, med vilken häst.
- Deras erfarenhetsnivå, preferenser, eventuella anmärkningar om tillgänglighet.
- Vad de betalade och om de betalade i tid.
- En kort anteckning om ”förra gången” – vad de tyckte om, vad du ska komma ihåg nästa gång.

Verktyg som fungerar: Google Sheets (gratis), Notion (gratis), HubSpot Free, Airtable eller ett särskilt CRM-system för hästsport som Stable Secretary.

Uppdateringar till ägarna – att hålla stallkunder informerade

Om du driver en hyrstall eller en hingststation är den största källan till klagomål bristfällig kommunikation. Digitala lösningar åtgärdar detta nästan helt.

Så ser bra kommunikation med ägarna ut:

- En veckovis bild + en kort uppdatering för varje häst.
- En uppdatering samma dag om något har förändrats (utevistelse, foder, beteende, behandling).
- En överenskommen kanal – WhatsApp Business, e-post eller en stallapp – som används konsekvent.
- Viktiga uppdateringar registreras även i hästens digitala journal.
- Ett tydligt tidsfönster när ägarna kan förvänta sig svar.

Den professionella regeln:

Använd överenskomna kanaler och dokumentera viktiga uppdateringar även i hästens journal.

Samtalen går, men journalerna finns kvar.

AVSNITT

06

AI som din affärsassistent

AI kan göra den digitala sidan av en hästverksamhet enklare att starta och hantera, och hjälpa dig att omvandla din kunskap till praktiska planer, tydligare kommunikation och användbara verktyg för kunderna.

AI som praktisk affärsassistent

AI kan hjälpa dig att planera, skapa, organisera och kommunicera med hjälp av de verktyg du redan har. De bästa resultaten uppnås när AI stöder din hästkunskap, din förståelse för kunden och ditt ansvar för det slutgiltiga beslutet.

AI kan stödja det praktiska arbetet i en hästverksamhet.

- **PLANERA** — Omvandla en idé till åtgärder, tidsplaner, checklistor och kundsteg.
- **SKAPA** — utforma produktbeskrivningar, bokningsmeddelanden, kundguider, vanliga frågor och marknadsföringsinnehåll.
- **ORGANISERA** — strukturera anteckningar, möten, lagerinformation, uppgiftslistor och uppföljningsåtgärder.
- **KOMMUNICERA** — Förbättra formuleringar, översätt information, förbered svar och anpassa meddelanden för olika kunder.
- **GRANSKA** — förbättra tydlighet, stavning, struktur och ton.
- **LÄR DIG** — Förbättra dina affärskunskaper, öva på konversationer och få förslag på frågor att ställa till en mentor, leverantör eller kund.

Du står för de väsentliga delarna: observation av hästar, kundförståelse, lokalkännedom, värderingar, omdöme och det slutgiltiga beslutet.

Unga innovatörer inom hästbranschen

Välj det AI-verktyg som passar uppgiften

AI-verktyg utvecklas snabbt. Deras funktioner, åtkomstbegränsningar och starkaste sidor kan förändras från månad till månad. Välj det verktyg som bäst passar det arbete du behöver utföra idag.

ChatGPT Används ofta för:

- Utveckla och testa idéer
- Skriva innehåll för kunder
- Arbeta med uppladdade filer
- Skapa och redigera bilder
- Analysera information och data
- Öva på konversationer via röst

Exempel från hästbranschen Ladda upp anteckningar från kundundersökningar och be ChatGPT att organisera resultaten till förbättringar för ditt erbjudande.

Claude Ofta användbart för:

- Att arbeta igenom detaljerade idéer
- Läs och förbättra längre dokument
- Att utveckla tydliga förklaringar
- Förfina ton och struktur
- Skapa redigerbara dokument, verktyg och visuellt innehåll genom Artifacts

Exempel från hästbranschen. Be Claude granska en detaljerad kundguide och göra den tydligare, mer tilltalande och lättare att följa.

Gemini Ofta användbart för:

- Att undersöka ett ämne
- Arbeta med Google Docs, Gmail och Sheets
- Sammanfatta information
- Skapa återanvändbara hjälpmedel med Gems
- Koppla samman uppgifter mellan olika Google-verktyg

Exempel från hästbranschen. Använd Gemini för att organisera leverantörsundersökningar och omvandla resultaten till en jämförelsetabell i Google Sheets.

Microsoft Copilot Ofta användbart för:

- Arbeta i Word, Excel och PowerPoint
- Sammanfatta e-postmeddelanden i Outlook
- Skapa dokument och presentationer
- Använda information som redan lagrats i Microsoft 365
- Stöd vid vanliga kontors- och administrationsuppgifter

Exempel från hästbranschen. Använd Copilot i Excel för att granska månatlig försäljning, kostnader och kundernas bokningsmönster.

Välj med hjälp av 4 frågor

- **Uppgift:** Vad behöver jag skapa, förstå, organisera eller förbättra?
- **Tillgång:** Vilka verktyg finns tillgängliga via min telefon, skola, ungdomsverksamhet, arbetsplats eller personliga konto?
- **Information:** Kommer jag att mata in kunduppgifter, hästregister, finansiell information eller privat affärsmaterial?
- **Resultat:** Vilket verktyg ger det tydligaste och mest användbara resultatet för just denna uppgift?

Ge AI tydliga instruktioner – en uppmaning i fem delar

En tydlig instruktion hjälper AI att ta fram ett användbart första utkast som du kan granska, redigera och använda.

1. SAMMANHANG — Förklara situationen innan du ber om uppgiften. Inkludera:

- Vad ditt hästföretag erbjuder
- I vilket skede din idé befinner sig
- Var och hur du levererar det
- Eventuella viktiga begränsningar vad gäller tid, pengar, kompetens eller tillgång
- Relevanta överväganden gällande välfärd, säkerhet eller kunder

Exempel: Jag utvecklar en mobil rengöringstjänst för ridutrustning för ryttare på tre lokala ridanläggningar. Jag testar tjänsten med fem kunder och hämtar och lämnar tillbaka utrustningen på lördagar.

2. UPPGIFT — Vad exakt vill du ska skapas? Ange det exakta resultatet du vill att AI ska skapa. Använd ett tydligt handlingsord som: Skapa, Utarbeta, Organisera, Jämföra, Sammanfatta, Förbättra, Granska, Planera

Exempel: Skapa ett bokningsbekräftelsemeddelande för en ny kund.

Ge AI tydliga instruktioner – en uppmaning i fem delar

En tydlig brief hjälper AI att ta fram ett användbart första utkast som du kan granska, redigera och använda.

3. KUND — Beskriv den person som kommer att ta emot eller använda resultatet.

Inkludera:

- Vem de är
- Vad som är viktigt för dem
- Vad de redan vet
- Vilka frågor eller funderingar de kan ha
- Vilken åtgärd du vill att de ska vidta

Exempel: Kunden är en upptagen hästägare som vill ha en pålitlig tjänst och tydliga avhämtningsarrangemang. De har redan frågat om tillgänglighet och pris.

4. KRAV — Lista den information och de standarder som måste finnas med. Detta kan inkludera: Pris, datum och tider, plats, vad som ingår, vad kunden måste tillhandahålla, betalningsvillkor, information om välfärd och säkerhet, krav på samtycke eller integritet, ton, längd, fakta som måste förbli oförändrade.

Exempel: Ange pris, upphämtningstid, beräknad återlämningstid, betalningsvillkor samt hur varje föremål ska märkas, fotograferas och skyddas.

Ge AI tydliga instruktioner – en uppmaning i fem delar

En tydlig brief hjälper AI att ta fram ett användbart första utkast som du kan granska, redigera och använda.

5. FORMAT — Berätta för AI hur det slutliga resultatet ska presenteras. Möjliga format:

Kundmeddelande Checklista Tabell
Vanliga frågor Handlingsplan Inlägg på sociala medier
Produktbeskrivning E-post eller Samtalsmanus Bokningsformulär

Exempel: Skriv ett vänligt och professionellt WhatsApp-meddelande. Använd korta stycken och håll dig under 120 ord.

Fullständig uppgift: *Jag håller på att utveckla en mobil rengöringstjänst för ridutrustning för ryttare på tre lokala ridanläggningar. Jag testar tjänsten med fem kunder och hämtar och lämnar tillbaka utrustningen på lördagar. Skapa ett bokningsbekräftelsemeddelande till en ny kund. Kunden är en upptagen hästägare som vill ha en pålitlig tjänst och tydliga avtal om hämtning. De har redan frågat om tillgänglighet och pris.*

Ange pris, hämtningstid, beräknad återlämningstid, betalningsvillkor och hur varje artikel kommer att märkas, fotograferas och skyddas. Skriv ett vänligt och

Laga video förer inom hästbranschen

AI inom olika hästrelaterade verksamheter

AI kan hjälpa dig att omvandla dina idéer, din hästrelaterade erfarenhet och dina befintliga kontakter till konkreta affärsframsteg.

PRODUKT

AI kan hjälpa dig att:

- Skriva produktbeskrivningar
- Skapa information om storlekar och skötsel
- Förbereda frågor och svar för kunder
- Organisera produktalternativ
- Utarbeta meddelanden om leverans och returer
- Jämför leverantörsinformation

TJÄNST

AI kan hjälpa dig att:

- Förbereda svar på förfrågningar
- Skapa en bokningschecklista
- Förklara vad tjänsten omfattar
- Utarbeta påminnelser och uppföljningsmeddelanden
- Omvandla kundernas feedback till förbättringsförslag

ERFARENHET

AI kan hjälpa dig att:

- Skapa förberedelseinformation
- Skapa scheman och resplaner
- Förbereda uppdateringar om väder eller tidsplan
- Organisera deltagarnas frågor
- Skapa tydlig information om lämplighet och säkerhet

FRILANS

AI kan hjälpa dig att:

- Skriva en professionell profil
- Beskriva dina färdigheter och din tillgänglighet
- Upprätta en offert eller fakturabeskrivning
- Utarbeta ett meddelande till en potentiell kund
- Organisera arbetsprover i en portfolio

Låt människan ha det sista ordet – CARE-kontrollen

AI kan förbereda utkast. Du, den unga entreprenören, måste kontrollera, redigera och godkänna det slutliga resultatet.

C — KONTROLL

Namn, priser, datum, beräkningar och faktauppgifter.

A — BEGÄR TILLSTÅND

Kunduppgifter, fotografier och hästregister används med samtycke.

R — GRANSKA ANSVAR

Be en kvalificerad person att granska information om välfärd, säkerhet, juridiska eller ekonomiska frågor vid behov.

E — REDIGERA

Lägg till din erfarenhet, ton, värderingar och bedömning innan du delar.

Företagsregel: AI kan förbereda ett utkast. Den unga entreprenören godkänner det slutliga resultatet.

Uppgift: Skriv din egen AI-brief i fem delar

STEG 1: Välj en konkret uppgift som skulle hjälpa dig att utveckla eller driva din hästverksamhet.

STEG 1: Välj affärsuppgift	Min valda uppgift:
Skriv en produktbeskrivning	
Förbered ett svar på en kundförfrågan	
Skapa en bokningsbekräftelse	
Planera en veckas innehåll för sociala medier	
Jämföra två leverantörer	
Skapa en enkel evenemangsplan	
Skapa ett CV	
Förbered ett feedbackformulär	
Organisera mina kommande trettio dagar	

Aktivitet: Skriv din egen AI-brief i fem delar

STEG 2: Skapa en komplett AI-brief för en verklig uppgift i din hästverksamhet

2: Skapa en bild

Fyll i meningen: Mitt hästföretag erbjuder _____ för _____

Mitt företag befinner sig för närvarande i detta skede:

- Idé
- Test
- Första kunderna
- Verksamhet
- Tillväxt

Viktig bakgrundsinformation som AI behöver känna till:

Välj resultat

Börja med ett tydligt handlingsord. Välj mellan

Skapa Utkast Planera
Jämföra Organisera Granska
Förbättra Sammanfatta

Fyll i meningen:

Jag vill att AI ska

Det färdiga resultatet kommer att hjälpa mig att:

Unga innovatörer inom hästbranschen

Aktivitet: Skriv din egen AI-brief i fem delar

STEG 3: Beskriv din hästkund och
Lägg till företagsuppgifterna.

STEG 4:

3: Beskriv din kund

Fyll i denna kundprofil: Den som tar emot detta är

_____.

Det som är viktigast för hen är:

.....

.....

.....

De kan vara osäkra på:



.....

.....

.....

Efter att ha läst eller använt resultatet vill jag att de ska:

.....

4: Lägg till företagsuppgifter

Lista den information som AI måste inkludera.

- Pris:
- Datum eller tider:
- Plats eller leveransarrangemang:
- Vad ingår:
- Kundens ansvar:
- Krav på välbefinnande, säkerhet eller samtycke:
- Viktiga fakta som måste vara korrekta:

Övning: Skriv din egen AI-brief i fem delar

STEG 5: Forma det slutliga resultatet

5: Välj utdata

- **Meddelande:** Använd för ett kort svar, en påminnelse, en bekräftelse eller en uppdatering.
- **E-post:** Använd för en mer formell förfrågan, svar på bokning, leverantörsförfrågan eller kunduppföljning.
- **Checklista:** Använd när någon behöver slutföra eller bekräfta en serie åtgärder.
- **Tabell:** Använd för att jämföra priser, leverantörer, produkter, kundfeedback eller alternativ.
- **Plan:** Använd för att organisera åtgärder, ansvarsområden, tidsplanering och förväntade resultat.
- **Produktbeskrivning:** Använd för att förklara vad produkten är, vem den passar, dess fördelar, pris, skötsel- och leveransinformation.
- **Bokningsformulär:** Används för att samla in den information som behövs för att bekräfta en tjänst, session eller upplevelse.
- **Inlägg i sociala medier:** Används för att väcka uppmärksamhet, förklara värdet och uppmana kunden till en tydlig handling.
- **Kundguide:** Används när kunden behöver mer utförlig information före, under eller efter leveransen.
- **Vanliga frågor:** Använd för att besvara de frågor som kunderna mest

Välj ton

Tonen bör passa kunden och situationen.

Vänlig: Varm och tillmötesgående.

Professionellt: Pålitligt, respektfullt och affärsinriktat.

Tydlig: Enkel, direkt och lätt att förstå.

Tryggt: Lugn och förtroendeskapande.

Energisk: Positiv och handlingsinriktad.

Direkt: Kortfattad och fokuserad på den väsentliga informationen.

Du kan kombinera olika tonfall. Till exempel:

Vänlig och professionell Tydlig och trygg

Energisk och direkt

Exempel på instruktion

- Presentera resultatet som ett vänligt och professionellt WhatsApp-meddelande.
- Använd tre korta stycken och håll dig under 120 ord.
- Avsluta med en tydlig uppmaning till kunden.

Digitala färdigheter kan bli DITT erbjudande

En användbar digital kompetens kan leda till ett mindre betalt uppdrag för ett hästföretag, en klubb, en gård eller ett evenemang.

- ASSISTENT FÖR SOCIALA MEDIER — planera inlägg, förbered bildtexter, se till att uppdateringarna är professionella.
- BOKNINGSSTÖD — organisera förfrågningar, bekräftelser, påminnelser, uppföljning.
- SKAPARE AV PRODUKTLISTOR — skriv beskrivningar, förbered bilder, uppdatera lager.
- DIGITAL REGISTERASSISTENT — skapa hästregister, skötseljournaler, enkla kalkylblad.
- INNEHÅLLSSKAPARE — foton, korta videor, evenemangsdokumentation med samtycke.
- ONLINE-BUTIKSSUPPORT — beställningsformulär, kundsvar, leveranssedlar, vanliga frågor.

Unga innovatörer inom hästbranschen

En stark första digital roll börjar med en kund, en tydlig uppgift, ett resultat och



AVSNITT

07

Att få betalt

Unga innovatörer inom hästbranschen

Betalningsleverantörer online – de fyra verkliga alternativen

De flesta små hästföretag använder en av fyra betalningsleverantörer. Välj den som passar bäst för hur dina pengar faktiskt rör sig.

- **STRIPE** — bäst för onlinebokningar och återkommande prenumerationer. 1,4 % + 25 cent per transaktion. Fungerar med de flesta bokningssystem.
- **REVOLUT BUSINESS** – bäst för fakturering, flera valutor och snabba betalningar till leverantörer. Gratis och nivåer från 7 €/månad.
- **SUMUP / SQUARE** – bäst för kortbetalningar på plats på gården, tävlingar och evenemang. Kortläsare 29 € engångskostnad.
- **PAYPAL** — enkelt, omedelbart, inget företagskonto behövs — men håll koll på avgifterna och gränserna för säljarskydd vid hästrelaterade transaktioner.

Använd inte fler än två betalningsleverantörer. Avstämningen blir snabbt omöjlig.

Fakturering, skatt och administration – en överskådlig helhet

När du tar emot riktiga pengar behöver du ordentlig dokumentation. Tre verktyg täcker nästan alla små hästföretag.

1. FAKTURERING — Wave (gratis), Revolut Business, Stripe Invoicing eller Xero. Skicka numrerade fakturor, håll koll på vem som har betalat och följ upp automatiskt.

2. BOKFÖRING — Quickfile (gratis), FreeAgent eller ett överskådligt Google Sheet med månatliga intäkter, utgifter och moms.

3. KVITTON — Dext, Receipt Bank eller en särskild mapp i Google Drive med månatliga undermappar. Fotografera varje papperskvitto samma dag som du får det.

Kostnad för hela paketet: 0–20 euro per månad. Tidsbesparing vid deklarationen: minst en helg om året.

AKTIVITET>: Välj din betalningslösning

Titta på hur pengarna faktiskt kommer in i ditt företag — engångsbetalningar, månatliga avgifter, fysiska evenemang, onlinekurser. Välj EN betalningsleverantör per kanal.

Format: Intäktskanal – nuvarande metod – valt verktyg – förväntade avgifter

Tre exempel:

- 1. Bokningar av lektioner på lördagar** – kontant betalning samma dag – Stripe via Bookwhen, deposition vid bokning – 1,4 % + 25 cent.
- 2. Månadsavgifter** – banköverföringar som jag måste jaga – GoCardless direktdebitering den 1:a – 1 % av betalningen.
- 3. Utställning av fotoutskrifter** – kontant vid utställningen – SumUp-kortläsare – 1,69 % per transaktion.

An illustration on the left side of the slide shows three stylized figures on a blue background with a white network pattern of dots and lines. The figure on the left is wearing an orange jacket and black pants, running towards the right. The middle figure is wearing a black suit and is pushing a large, dark grey rectangular block. The figure on the right is wearing a yellow jacket and black pants, also pushing the block. There are white clouds scattered in the background.

AVSNITT

08

Förtroende, säkerhet
och etik på nätet

Cybersäkerhet för små hästföretag

Cyberbrottslingar riktar in sig på även de minsta företagen just för att de antar att de är för små för att bli måltavlor. Det är ni inte.

Fem saker att göra den här veckan:

- Unika lösenord för varje konto – använd en lösenordshanterare (Bitwarden gratis, 1Password 3 €/månad).
- Tvåfaktorsautentisering för e-post, bankärenden, sociala medier och ditt bokningssystem. Inga undantag.
- Låsskärm på alla telefoner som används i arbetet – både din egen och personalens.
- Dela aldrig personalens lösenord via meddelanden – använd ett delat lösenordsvalv om flera personer behöver åtkomst.
- Betrakta alla e-postmeddelanden om ”brådskande betalningar” där nya bankuppgifter begärs som bedrägeri tills du har ringt avsändaren.

Phishing-mejl som ber om betalningar är den största risken för små hästföretag idag.

Unga innovatörer inom hästbranschen

Dataskydd – grunderna i GDPR som alla behöver känna till

GDPR gäller så fort du lagrar kundernas namn och kontaktuppgifter. Det gäller alla. Den goda nyheten: grunderna är enkla.

Vad ett litet hästföretag behöver:

- En kort integritetspolicy på din webbplats – vad du samlar in, varför och hur länge du sparar uppgifterna.
- Uttryckligt samtycke för foton och videor, särskilt av barn – skriftligt och daterat.
- Ett tydligt sätt för kunderna att begära att få tillgång till sina uppgifter eller få dem raderade.
- Skicka inte e-postlistor där alla adresser syns – använd BCC eller ett lämpligt e-postverktyg.
- Uppgifter om hälsa och välbefinnande är känsliga – dela dem endast med veterinärer och behöriga ägare.

Gratis mallar för integritetsmeddelanden finns tillgängliga hos din nationella dataskyddsmyndighet

Unga innovatörer inom hästbranschen

Fotografier, samtycke och välbefinnande – den etiska gränsen

Varje foto du tar innebär tre överväganden: hästens välbefinnande, ägarens samtycke och ryttarens identitet.

Grundregler:

- Lägg inte upp bilder på en häst som visar tecken på smärta, ångest eller beteendeproblem, även om du tycker att det blir en "rolig" video.
- Skaffa skriftligt samtycke innan du lägger upp ett foto där en barnryttare kan identifieras.
- Om du fotograferar en häst på någon annans gård eller vid ett evenemang, fråga först.
- Tagga inte platser där dyra hästar befinner sig i realtid.
- Övervakningskameror på gården måste ha en tydlig skylt och en skriftlig policy om personalen filmas.

Ett gott etiskt rykte är en av de mest värdefulla saker som ett ungt

AKTIVITET: Era regler för digitalt förtroende

Skriv ett utkast på en sida om ”hur vi beter oss online” för ditt företag. Det bör omfatta vad du delar, vad du inte delar, hur du hanterar kunddata och hur du skulle agera om något gick fel.

Format: Område — Min regel — Vem behöver veta

Tre exempel:

1. Foton och videor – endast med skriftligt samtycke; barn under 16 år med föräldrarnas samtycke.
2. Kundinformation – lagras endast i godkända verktyg; raderas på begäran inom 30 dagar.
3. Misstänkt phishing-mejl – vidarebefordra till chefen; klicka aldrig på länken; ring avsändaren för att verifiera.



AVSNITT

09

Mät, förbättra och blicka framåt

Unga innovatörer inom hästbranschen

Fem digitala åtgärder som verkligen betyder något

Mät inte allt. Mät det som talar om för dig om du ska fortsätta, ändra något eller lägga ner det.

1. FÖRFRÅGNINGAR — hur många personer frågar om erbjudandet varje månad?

2. KONVERTERING — hur många av dessa förfrågningar blir bokningar eller beställningar?

3. ÅTERKOMSTFREKVENNS — hur många kunder återkommer eller rekommenderar er?

4. TID SOM LÄGGS NER — hur många timmar per vecka sparar (eller stjälar) digitala verktyg?

5. MÅNADSKOSTNAD FÖR DIGITALA TJÄNSTER — prenumerationer, data, betalningsavgifter, verktyg, annonsutgifter.

Kontrollera dessa varje månad. Om ett verktyg inte påverkar någon av de fem punkterna kostar det dig pengar utan att ge något tillbaka.

Unga innovatörer inom hästbranschen

Kommande digitala innovationer och vad man bör hålla ett öga på

Vissa digitala utvecklingar kan bli framtida affärsmöjligheter. Utforska dem genom samma linser: hästen, kunden, du själv, företaget.

- **WEARABLES** — data om hjärtfrekvens, återhämtning, steglängd och belastning.
- **FJÄRRCOACHING** — videofeedback, lektionsgenomgång, stöd för ryttarens framsteg.
- **SMARTA STALLSENSORER** — temperatur, luftkvalitet, rörelse, säkerhetsvarningar.
- **DIGITALA PASSPORT** — hästens identitet, hälsojournaler, tävlingsinformation.
- **AI-ASSISTERADE LOGGAR** — mönster inom träning, skötsel, försäljning, kundfeedback.
- **DASHBOARDS FÖR RIDANLÄGGNINGAR** — delad översikt över välbefinnande, uppgifter, kostnader, bokningar.

UPPGIFT: Min digitala affärsplan för hästbranschen

MALL | En sida. Sammanfatta detta modul. Använd den tillsammans med din affärsplan från modul 4.

Mitt erbjudande och mina kunder

Från modul 3 och 4...

Min digitala kundresa

Sju steg, en kontaktpunkt vardera...

Min minimala digitala närvaro

Kanal, vad det innebär, tre förtroendesignaler...

Min AI-brief (5 delar)

Sammanhang, uppgift, målgrupp, krav, format...

Mina första digitala system

Bokningar, betalningar, register, kundkommunikation...

5 saker att ta med sig till modul 6

I slutet av modul 5 bör du ta med dig följande till modul 6:

1. Din digitala kundresekarta – sju steg, en kontaktpunkt per steg.
2. Din minimala digitala närvaro – kanal, budskap, tre förtroendesignaler.
3. Din anläggnings digitala utgångspunkt – vad är pappersbaserat, vad är digitalt, vad ska åtgärdas först.
4. Din mall för AI-brief + CARE-kontroll – redo att användas för alla affärsuppgifter.
5. Din betalningsstack och dina förtroenderegler – pengar in, data skyddade.

Modul 6 förvandlar dessa till ett framtidssäkert, hållbart företag – miljömässigt, ekonomiskt och när det gäller välfärdspraxis.



**young
equine
innovators**

Följ vår resa



www.youngequineinnovators.eu



**Co-funded by
the European Union**

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.