

<https://drive.google.com/file/d/11-JrwF3ts2oS9NZxGfHQeKH8fsQICXa7/view?usp=sharing>

To-års plan - skab klarhed for dig selv, dem omkring dig, og dem som ikke kender dig endnu <3

Hvorfor

Det er tit forventet at **vi ved alt** om vores kunstneriske projekter, **før det er færdigt**. Hvordan det ser ud, hvordan det helt præcist lyder og hvilken kæmpe koncert vi spiller lige om snart.

Men god sangskrivning, produktion, mix/master, en gennemført visuel identitet, skarpe pladecovers, booking osv **er alt sammen process arbejde**, som først ægte er færdigt når det hele spiller sammen, og er færdigt.

Derfor skal vi **være bedre til at forklare vores potentiale**, beskrive det der er muligt, og hvilke mål vi har.

Det gør at vores interne samarbejdspartnere, bandmedlemmer, mødrer og venner **lettere kan forstå**, hvorfor vi bruger så lang tid på at blive rockstjerner <3

Men det gør også at branche aktører, bookere og mulige eksterne samarbejdspartnere kan forstå, **hvorfor de skal tro på os**, give os chancen om et år, eller investere tid og kræfter i at hjælpe os og være vores ambassadører.

Derfor arbejder vi med **et skelet**, som udpensler et forløb, en vision og en selvsikkerhed i projektets potentiale.

Der er forskel på at lave en plan som er **intern** og en der er **ekstern**.

2 års planen er et **process dokument. Et arbejdsdokument**.

Derfor skal vi **opdatere** den i takt med at den bliver mere konkret og der er nogle ting, som kommer i bogen.

Den interne to-års plan skal være fyldt med mål, og må gerne være konkret og mangfoldig i muligheder, selvom de ikke er indfriet endnu.

Den eksterne plan skal være mere overordnet, overskrift baseret, med fokus på hvad du selv gør for at skubbe til din fremdrift, så man kan se/høre ambitionerne og potentialet.

Når du har lavet rugbrødsarbejdet, så brug noget energi på at se den op på en flot måde. [Se eksempler her.](#)