



## James Sinclair

### FÖRETAGSLEDARE

De flesta konsumentföretag försöker växa genom att sänka priserna, och de flesta förvärv förstör värde istället för att skapa det. Ägare och ledningsgrupper är medvetna om att det är upplevelsen de säljer som kunderna faktiskt betalar för, men har svårt att bygga upp en verksamhetsmodell som skyddar den i stor skala. Frågan är hur man kan få ett företag med flera varumärken att växa genom förvärv utan att förlora det som gjorde varje varumärke värt att köpa.

James Sinclair är en brittisk entreprenör som visar företagsledare och grundare hur man kan skala upp konsumentinriktade företag genom att förvärva varumärken i svårigheter och bygga upp dem på nytt med fokus på kundupplevelsen snarare än priset.

## James Sinclair:s 2026 biografi

### TILLGÄNGLIG FÖR

- Föreläsningar

## Varför organisationer anlitar James Sinclair

### JAMES:S TALANDE TEMAN

- Affärsstrategi och tillväxt
- Entreprenörskap
- Försäljning och kundförvärv
- Innovation av affärsmodeller
- Kundupplevelse och marknadsföring

- Han tillämpar själv de strategier han undervisar om. Partyman Group är en portfölj värd cirka 40 miljoner pund som spänner över barnomsorg, fritid, mat och dryck samt traditionella varumärken som han äger och driver, inte bara ger råd om.
- Han har en konkret teori om varför prisdrivna konsumentföretag misslyckas, som beskrivs i The Experience Business, och kan visa operatörer hur de kan tillämpa den inom sina egna enheter.
- Han har genomfört den svåraste delen av tillväxten genom förvärv offentligt: räddningen av Party Pieces från konkurs 2023 är en dokumenterad fallstudie i att köpa ett trasigt konsumentvarumärke och integrera det.
- Han samlade in 700 000 GBP från 21 långgivare vid 20 års ålder utan riskkapital och har byggt upp alla efterföljande företag på kassaflöde. Grundare som är självfinansierade eller motvilliga mot riskkapital känner igen sina egna begränsningar i hans berättelse.
- Han är rak, rolig och riktar sig till operatörer snarare än styrelserum. Publiken bestående av små och medelstora företagare, franchisetagare och konsumentvarumärkesteam brukar gå därifrån med något de kan sätta i verket redan på måndagen.

### SPRÅK: Engelska

## Höjdpunkter i biografien

- Grundare och VD för Partyman Group: lekcenter, Twizzle Tops Day Nurseries, Marsh Farm Animal Adventure Park, Rossi Ice Cream, ett hotell som är kulturminnesmärkt och Party Pieces.
- Förvärvade Party Pieces från familjen Middleton ur konkursförvaltning i maj 2023.

- Författare till The Millionaire Clown och The Experience Business: Why Price-Focused Businesses Fail And What Winners Do Instead.
- Värd för James Sinclairs podcast Business Broadcast och en långvarig YouTube-kanal med fokus på operativa affärsbeslut.
- Byggede upp koncernen utan riskkapital, finansierad genom kassaflöde och lånefinansierade förvärv.
- Håller regelbundet föreläsningar i Storbritannien och Europa för entreprenörer, små och medelstora företag samt franchisetagare.

## Biografi

Party Pieces var insolvent och hade skulder på mer än 2,5 miljoner pund när James Sinclair köpte ut företaget ur konkursförvaltning i maj 2023, och lade därmed Middleton-familjens varumärke för festartiklar till en portfölj som redan omfattade lekland, daghem, en bondgård och Rossi Ice Cream. Den typen av affärer ligger till grund för hur han har byggt upp Partyman Group: hitta ett konsumentföretag i kris, köpa det billigt och integrera det i en verksamhetsmodell som bygger på upplevelse snarare än rabatter.

Koncernen omsätter nu omkring 40 miljoner pund. Sinclair byggde upp företaget utan riskkapital. Han började som barnunderhållare vid 16 års ålder och vid 20 års ålder samlade han in 700 000 pund från 21 olika långgivare för att öppna sitt första lekland i Basildon. Den första anläggningen nådde en omsättning på 1 miljon pund inom ett år. Varje efterföljande förvärv har finansierats med kassaflöde och operatörens trovärdighet, inte genom kapitalanskaffningsrundor.

Hans bok The Experience Business lägger fram den tes som ligger till grund för allt detta: prisfokuserade konsumentföretag förlorar eftersom kunderna köper en känsla, och vinnarna är de operatörer som investerar i de ögonblick som känslan bygger på. The Millionaire Clown, hans tidigare bok, är operatörens version av samma argument berättat genom de företag han har köpt, brutit ner och fixat.

Det köpare får när de bokar honom är inte en strateg som kommenterar en bransch. Det är en ägare-operatör som specifikt beskriver hur han byggde upp en konsumentkoncern med flera varumärken genom förvärv, vad han betalade för mycket för, vad han inte gjorde det, och hur han förhindrar att upplevelsen försämras när portföljen växer. Tonläget ligger närmare en grundarworkshop än ett huvudtal, vilket är anledningen till att han tenderar att gå hem hos små och medelstora företag och franchisetagare.

## Viktiga talämnena

- Tillväxt genom förvärv i konsumentbranschen
- Att köpa och vända krisdrabbade varumärken
- Erfarenhetsbaserad differentiering framför priskonkurrens
- Att bygga upp portföljer med flera varumärken utan riskkapital
- Kassaflöde, lönsamhet och operativ disciplin
- Kundförvärv för konsument- och fritidsvarumärken
- Entreprenörskap och grundarledd skalning

## Perfekt för

- Grundare och ägarledare av små och medelstora företag som skalar upp konsumentverksamheter
- Franchisenätverk och operatörer med flera anläggningar inom fritid, hotell- och restaurangbranschen samt barnomsorg

- M&A- och företagsutvecklingschefer som arbetar med problemtyngda konsumenttillgångar
- Entreprenörskonferenser, handelshögskolor och grundargemenskaper

## Resultat för målgruppen

- En fungerande mental modell för när man ska konkurrera med upplevelse och när priset fortfarande spelar roll
- En konkret bild av hur man utvärderar ett konsumentföretag i svårigheter innan man köper det
- Taktiker på operatörsnivå för att skydda kundupplevelsen när en portfölj utökas med nya varumärken
- En självfinansierad grundares argument för att finansiera tillväxt genom kassaflöde och långivare snarare än eget kapital
- Konkreta exempel, däribland Party Pieces, som målgruppen kan jämföra med sina egna affärer

## James Sinclair s 2026 samtal & ämnen

### Huvudtalare vid Business Empire

Sinclair berättar hur han byggde upp Partyman Group från en underhållningsbyrå för tonåringar till en konsumentportfölj med flera varumärken värd 40 miljoner pund, med förvärv och upplevelsebaserad positionering som den främsta tillväxtmotorn.

#### Viktiga punkter:

- Hur man utvärderar och prissätter ett krisdrabbat konsumentvarumärke som är värt att köpa
- Vad förändras från dag ett när en upplevelsebaserad aktör tar över ett prisbaserat företag
- Hur man finansierar tillväxt utan riskkapital

---

### Keynote om personligt varumärke

Ett föredrag med fokus på grundare om hur man bygger ett personligt varumärke som stöder det kommersiella varumärket, där hans podcast, YouTube-kanal och bokutgivning används som verktyg för att generera leads åt gruppen.

#### Viktiga punkter:

- Hur en grundares plattform omvandlas till inkommande kunder för den operativa verksamheten
- Vad man ska publicera, vad man ska ignorera och hur mycket tid det faktiskt tar
- Var ett personligt varumärke hjälper och var det distraherar från den operativa verksamheten

## Vad James Sinclairs kunder säger

James talar med passion och utifrån sin egen erfarenhet. Han har byggt upp ett snabbväxande och lönsamt fysiskt företag samt en dynamisk teamkultur. Hans föreläsningar är tempofyllda, roliga, lite provokativa och fullspäckade med värdefull information

**Daniel Priestley**

TAND

Det var verkligen värt den fyra timmar långa resan tur och retur. Man kan inte låta bli att smittas av James energi och entusiasm! Otroligt lärorika upplevelser.

**Jay-Anne Dingwall**

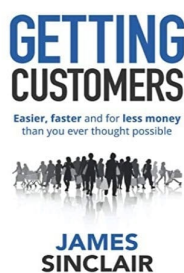
Life and Health Made Simple AB

James är utan tvekan en enastående tränare och en begåvad talare; han utstrålar en smittande entusiasm.

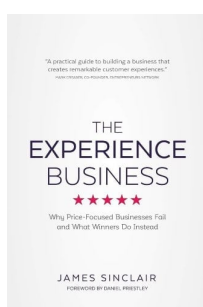
**David Carter**

Entreprenör

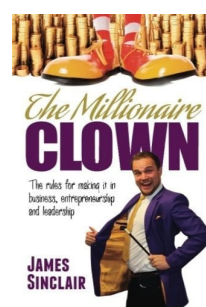
## JAMES:S SENASTE BÖCKER



**Att skaffa kunder: Enklare, snabbare och billigare än du någonsin trott var möjligt**



**Upplevelsebranschen: Varför prisfokuserade företag misslyckas - och vad framgångsrika företag gör istället**



**Miljonärskloven: Reglerna för att lyckas inom affärlivet, entreprenörskap och ledarskap**