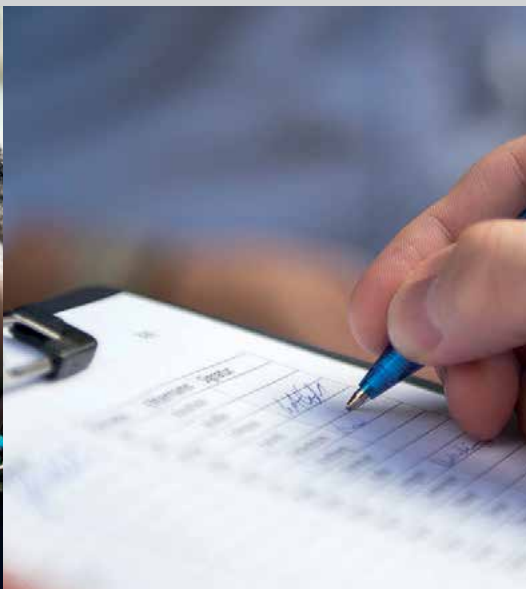


AFFÄRSPLAN



En investering för framtiden



EUROPEISKA
UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonden

Innehållsförteckning

Sid.

3	<i>Affärsplan</i>
4	<i>Affärsidé</i>
6	<i>Vision, mål och strategi</i>
7	<i>Verksamhet</i>
8	<i>Företagets omvärld - kunder och marknad</i>
9	<i>Konkurrenter</i>
10	<i>Nätverk och samarbete</i>
11	<i>Marknadsföring och försäljning</i>
13	<i>Hållbar verksamhet</i>
14	<i>Kapitalbehov och finansiering, Startbudget</i>
17	<i>Företagsform och organisation</i>
20	<i>Risikanalyis</i>
21	<i>Handlingsplan</i>
22	<i>Personuppgifter</i>



Affärsplan

Företaget

Företagsnamn _____

Adress _____

Postnr _____ Ort _____

Besöksadress _____

Telefon _____ Organisationsnr _____

E-post _____

Kontaktperson _____ Tel kontaktperson _____

Företagsform _____

Webbsida _____

Bankförbindelse och kontaktperson _____

Revisor, redovisningskonsult e.dyl. _____

Delägare

Namn på alla delägare, deras ägarandel och deras arbetsuppgift och arbetstid i företaget.

Namn _____ Ägarandel _____

Arbetsuppgift _____ Arbetstid i företaget _____

Namn _____ Ägarandel _____

Arbetsuppgift _____ Arbetstid i företaget _____

Namn _____ Ägarandel _____

Arbetsuppgift _____ Arbetstid i företaget _____

Namn _____ Ägarandel _____

Arbetsuppgift _____ Arbetstid i företaget _____

Sammanfattning av verksamhet

Sammanfatta hela företagssatsningen i några meningar. Ange t.ex. verksamhetens inriktning och organisation, verksamhetsort och lokalisering på orten, när företaget planeras starta, lite om bakgrund för satsningen och ägarens skäl att starta eller delägarnas skäl att satsa tillsammans. Exempel: Med två anställda startar jag reklamtryckeri i Blånarps by med lokaler på norra Industriområdet. Starten beräknas ske i oktober. Med femton år bakom mig som reklamsäljare och konkurs hos min arbetsgivare är detta ett tillfälle att genomföra en plan jag burit på länge. De anställda kommer från samma tryckeri som jag.

Affärsidé

Företagets affärsidé är ett kortfattat sätt att beskriva vem som är kund, vilka behov som företaget tillfredställer genom sina produkter och/eller tjänster, hur man tjänar sina pengar och inte minst beskriva företagets styrkor.

Många mindre företag, oavsett företagsform, har sällan en nedskriven affärsidé. Den finns där i alla fall - i delägarnas/medlemmarnas huvuden. Så länge man bara är några få kan det gå bra men så snart man blir fler och när företaget skall samarbeta med andra är det viktigt att försöka formulera den skriftligt. Det är då lättare för andra att se vad verksamheten går ut på och hur företagets mål ska nås.

Några råd som underlättar formulering av affärsidé.

- ◆ Motsvara ett behov på marknaden
- ◆ Gärna vara unik
- ◆ Måste vara begriplig
- ◆ Kunna uttryckas kortfattad, inte mer än två till tre meningar.
- ◆ Ge en grund för företagets identitet, er profil
- ◆ Alla i gruppen måste känna till och stå bakom affärsidén
- ◆ Följ upp affärsidén efter en tid och fråga sig – stämmer denna fortfarande?

Fundera igenom dessa frågor

- Vad är det som ni skall sälja? Beskriv er produkt, tjänst etc.
- Vem skall vara era kunder?
- Hur skall produkten eller tjänsten säljas?
- Vilket geografiskt område skall ni sälja till?
- Varför skall kunderna handla av er?

Vad är det vi skall sälja?

Följande personer/organisationer är våra kunder?

På detta sätt skall vi sälja våra tjänster eller varor

Här finns våra kunder

Kunderna skall handla av oss därför att vi

Sammanfattning. Vår affärsidé är:



Vision, mål och strategi

En vision är vår gemensamma önskan om hur vi vill att vårt företag skall se ut i framtiden. En vision skall ge kraft och energi och beskriva vad det är vi vill åstadkomma.

Vi har flera mål för kunna uppnå vår vision. Våra mål är SMARTa vilket innebär att de är **S**pecifika, går att **M**äta, **A**ccepterade av alla, möjliga att genomföra dvs **R**ealistiska samt **T**idsatta.

En strategi beskriver det sätt vi skall arbeta på för att uppnå våra mål.

Vår gemensamma vision för företaget är:

För att kunna förverkliga visionen och affärsidén har vi fler olika mål och till varje mål en strategi eller plan för hur vi skall förverkliga vårt mål.

Mål 1

Strategi

Mål 2

Strategi

Mål 3

Strategi

Mål 4

Strategi

Verksamhet

Vara eller tjänst

Försök att noggrant beskriva de varor eller de tjänster, eller kanske båda delar, som ni tänker erbjuda era kunder. Följande frågor kan vara bra att tänka på.

Om ni skall sälja varor är det bra att fundera över:

– Behöver ni speciella lokaler och/eller investera i maskiner?

– Är det en trendkänslig vara?

– Är ni unika eller speciella på något sätt?

Om ni skall sälja tjänster är det bra att fundera över:

– Skall ni erbjuda tjänsterna på ett speciellt ställe eller är ni mobila?

– Hur skall ni sätta pris?

– Finns det många konkurrenter som erbjuder liknande tjänster och om det är så varför skall kunderna välja er?

– Om kunden är nöjd eller missnöjd vet de först efter att ni levererat tjänsten därför är det viktigt att ta reda på vad kunderna tycker. Har ni en plan för att ta reda på vad kunderna vill ha?

Beskriv er tjänst respektive produkt

Kärntjänst eller kringtjänst

En kärntjänst är den huvudsakliga produkt eller tjänst som ni erbjuder och en kringtjänst är något extra som ni kan ta betalt för eller erbjuda kunden som ett mervärde.

Kärntjänst	Kringtjänst	Ta betalt/motivera	Vi bjuder/motivera

Företagets omvärld - kunder och marknad

Kunder

Beskriv kunderna närmare. Är det speciella kategorier? Vilka köpvanor har de? Vilken köpkraft? Beskriv de kundbehov som företaget ska tillgodose. Bedöm om möjligt försäljningen per kundkategori. Summan blir försäljning i resultatbudgeten.

Det är viktigt att veta vilka era kunder är. Alla är inte era kunder. Startar ni ett café är det kanske de som bor i närheten. Är caféet öppet mitt på dagen kanske det är lunchgäster som arbetar i grannskapet. Om ni startar ett städföretag kanske det är företag snarare än privatpersoner som är kunderna. Ni bör ringa in era kunder så gott det går för att veta vem ni skall marknadsföra er till.

Kund/målgrupp	Beskrivning

Företagets typiska kund/målgrupp är:

Marknad

Inom vilket geografiskt område eller bransch ska produkterna/tjänsterna säljas?

Hur stor är marknaden i antal kunder, mätt i volym eller i kronor?

Vilken marknadsandel får det egna företaget, grovt bedömt?

Krävs det något tillstånd, godkännande eller dylikt för din verksamhet? Hur långt har du i så fall kommit med din ansökan?

Hur bedömer du att marknaden kommer att förändras de närmaste åren när det gäller exempelvis teknik, trender, köpbeteende, strömningar i samhället, miljöförändringar eller annat som har betydelse för din företagssatsning?

Konkurrenter

Företagets tre viktigaste konkurrenter är;

- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____

Motivering till ovanstående val:

- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____

Analys av konkurrent 1.

	De är bättre	Vi är bättre	Vad skall vi göra?
Produkt			
Personal			
Plats			
Pris			
Påverkan			

Motivering och beskrivning till våra slutsatser för konkurrent 1

Analys av konkurrent 2.

	De är bättre	Vi är bättre	Vad skall vi göra?
Produkt			
Personal			
Plats			
Pris			
Påverkan			

Motivering och beskrivning till våra slutsatser för konkurrent 2

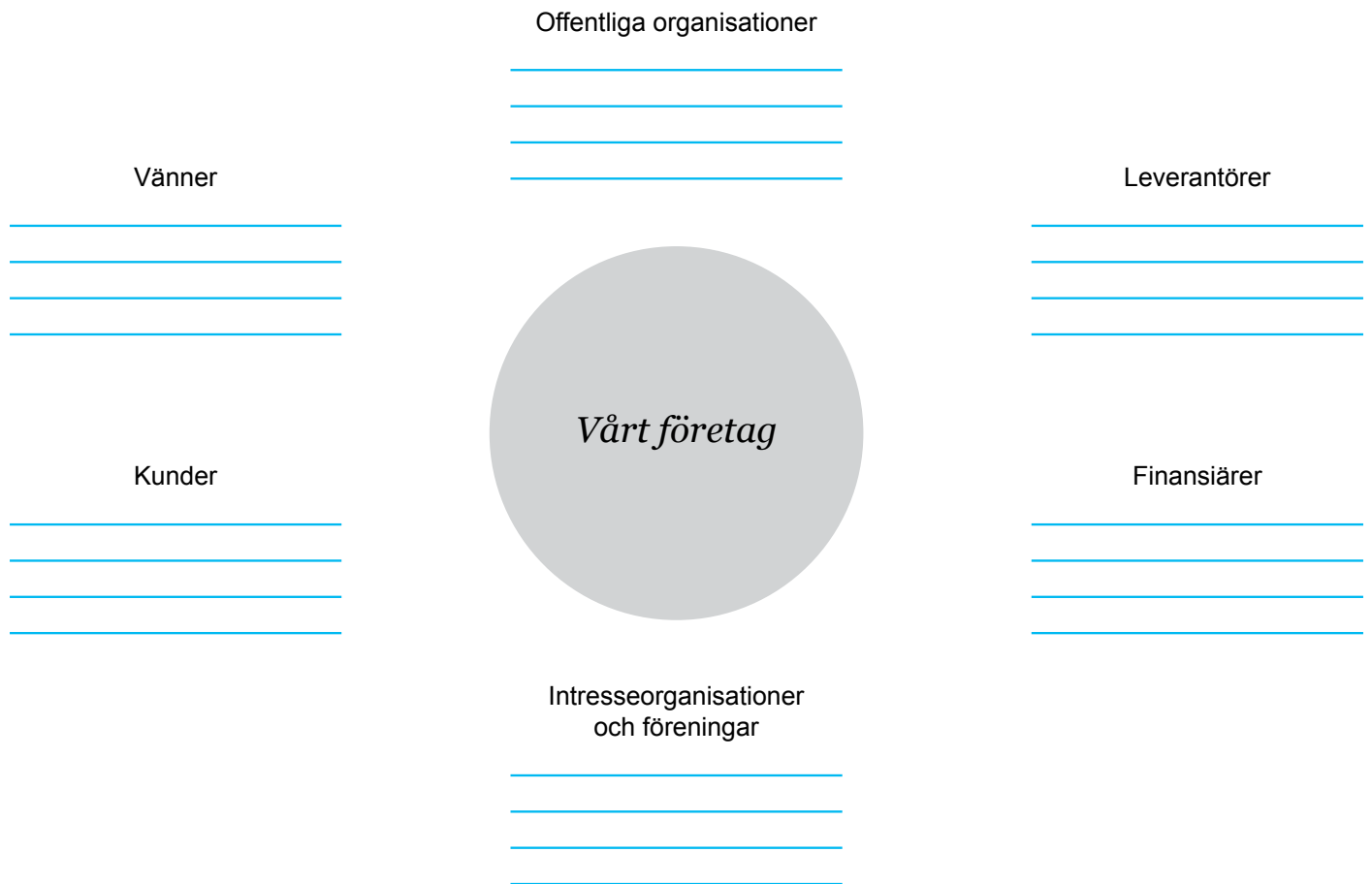
Analys av konkurrent 3.

	De är bättre	Vi är bättre	Vad skall vi göra?
Produkt			
Personal			
Plats			
Pris			
Påverkan			

Motivering och beskrivning till våra slutsatser för konkurrent 3

Nätverk och samarbete

Som företagare kommer ni i kontakt med många olika människor och organisationer. Alla dessa tillhör ert nätverk. Goda kontakter och ett stort nätverk underlättar för er att bli framgångsrika företagare. "kom ihåg att det är mellan människor som affärer görs upp och inte mellan företag" Här är vårt nätverk:



Några organisationer saknas i vårt nätverk men vi har en plan för att lösa detta



Marknadsföring och försäljning

Sälja, betala, leverera

Hur ska företagets varor/tjänster (1) säljas, (2) betalas och (3) levereras/tillhandahållas? Vilka för- och nackdelar har dina metoder i jämförelse med konkurrenterna? Exempel: En presentbod med kontantbetalning vid tillhandahållande av varor i egen lokal; En internetshop med paketleverans och postförskott; En ingenjörsfirma med försäljning via agent med delbetalningar i förskott och slutbetalning vid leverans av färdig maskin.

Marknadsbearbetning

Hur ska marknaden bearbetas/informeras om företagets erbjudande? Är det genom personlig försäljning, reklam, PR, internet eller på annat sätt? Ange om du har en bilaga med en mer detaljerad plan för marknadsaktiviteterna.

Vi kommer att marknadsföra oss på följande sätt. (internet, direktreklam, personlig försäljning, annonser etc).

- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____
- 4 _____
- 5 _____
- 6 _____

Varför har vi gjort dessa val?

Pris

Vilken prisnivå ska du hålla? Hur kommer nivån att vara jämfört med konkurrenterna? Är det pris per styck, per timme, abonnemang eller annat?

Lokaler och läge som konkurrensmedel

Vilken betydelse har lokalerna och läget i konkurrensen?

Beskriv hur lokalerna och exteriören ska utformas på ett säljfrämjande sätt.

Person och personal

Har du som företagare personliga egenskaper, kompetens, kontaktnät eller annat som ger särskilda konkurrensfördelar? Finns det hos övriga delägare eller anställda sådana förhållanden som ger speciella konkurrensfördelar? Finns såväl kompetens om produkten som förmåga att skapa goda kundrelationer?

Främsta konkurrensmedlet

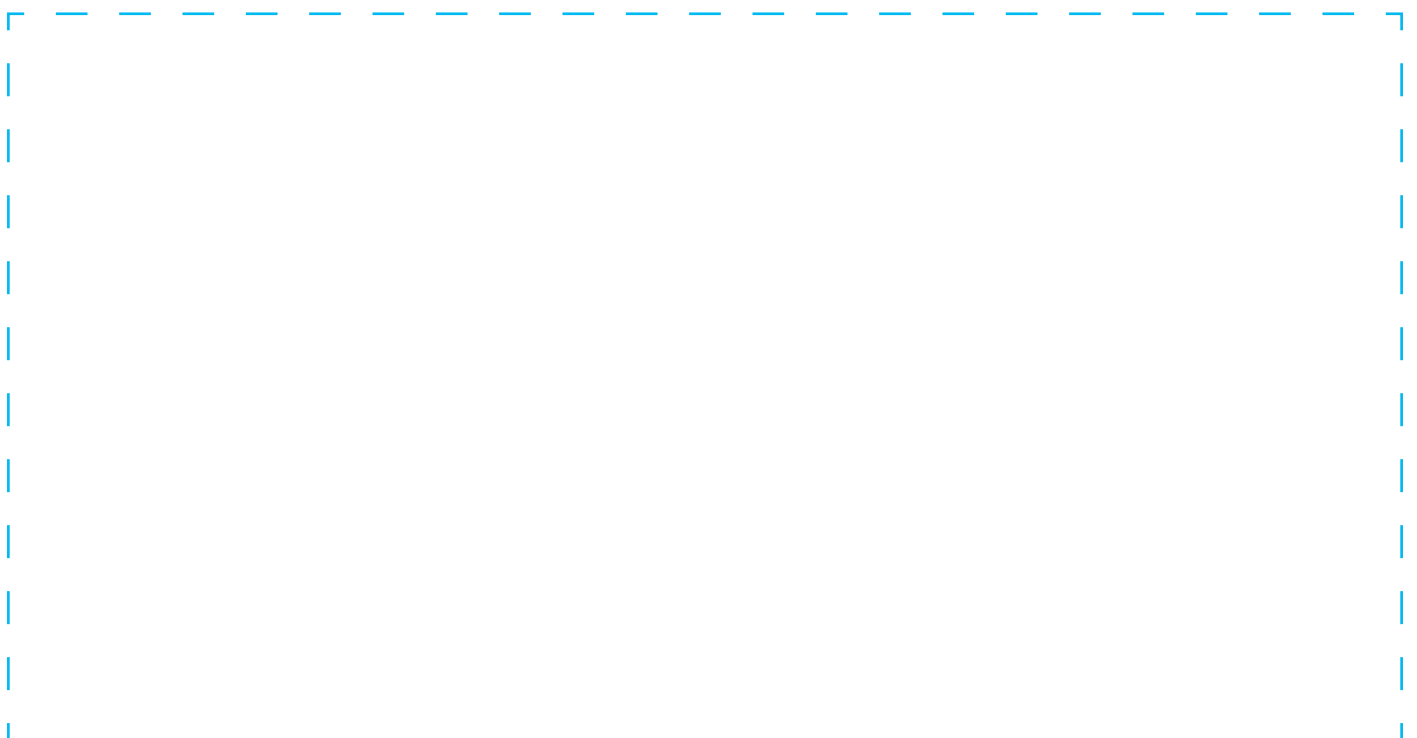
Vad kommer främst att ge ditt företag konkurrensförmåga? Är det produkten/tjänsten som är unik? Är det ditt sätt att sälja och bearbeta marknaden? Är det priset, du själv som person eller annat?

Olika företag vill förknippas med olika värden. Volvo vill förknippas med säkerhet, IKEA med kvalitet som de flesta har råd med andra företag vill förknippas med miljö, ekologi och rättvisa. Vi vill bli förknippade med följande kärnvärden.

Kärnvärden som omvärlden skall associera till när de hör talas om vårt företag

Alla företag med självaktning har en egen logotyp.

Så här skall vår logotyp och profil utformas



Följande reklammaterial behöver vi ta fram

Några exempel på företagslogan:

Vi gör företagare av fler
Today Tomorrow Toyota
Go och gla, kexchoklad

Så här lyder vår slogan

Hållbar verksamhet

Effektiv och hållbar verksamhet

Beskriv kort hur verksamheten – tjänsteproduktionen, tillverkningen, varuhandeln – ska bedrivas. Hur bra kunskap, utrustning och organisering av verksamheten har ditt företag i jämförelse med konkurrenterna? Motivera också ditt val av leverantör.

Hur ska du ordna företagets administration, bokföring, redovisning, bokslutsarbete etc? Hur följer du upp ekonomins utveckling?

Miljöpåverkan

Kommer företagets verksamhet, produktion, transporter, produkter, produktanvändning etc. att påverka miljön negativt? Beskriv i så fall hur och vad du ska göra för att komma tillrätta med det.

Resurser

Lokalbehov vad gäller yta och annat. Vilken hyra? Finns hyresavtal? Behov av utrustning, inventarier och personal. Ange resp. tjänsts arbetsuppgifter, kompetenskrav, och lönenivå. Notera anskaffningspris för utrustning. Det utgör underlag för kapitalbehovsberäkning och beräkning av avskrivning i resultatbudgeten.

Lokalbehov

Hyra

iskiner etc.

Utrustning,

maskiner etc.

Personal

Kapitalbehov och finansiering. Startbudget. Belopp exklusive moms

Det här behöver jag pengar till i företagsstarten:

(Kapitalbehov: Investeringar och rörelsekapital)

Iordningställande av lokaler. Ombyggnad, inredning, kontorsutrustning

Maskiner. Verktyg. Utrustning som skall användas i flera år

Marknadsföringsmaterial. T.ex. skyltar och broschyrer

Varulager. "Startlager" till inköpspris

Likvida medel d.v.s. pengar i kassa och bank

Extra rörelsekapital i starten i väntan på pengar från kunderna.

Moms på ovanstående inköp (ingående moms)

Reserv för oförutsett

Summa

Pengar ordnar jag på följande sätt:

(Finansiering)

Egen och kompanjoners insats. (Insatt utrustning - se nedan!)

Banklån: _____ + kontokreditkredit _____ =

Almi-lån

Annan finansiering, närmare bestämt: _____

Summa (Samma som summa behov av pengar)

Utrustning kan sättas in som en egen insats. Den skall då även ingå i beloppen för kapitalbehov. Ägare kan också använda utrustning i företaget utan att det ingår i företagets tillgångar. Beskriv utrustningen:

Utrustningens värde: _____

Utrustning som finansieras med leasing: _____
finansiering: _____

Om leasad utrustning hade köpts in skulle den ha kostat: _____
köpts in skulle den ha kostat: _____

Leasing finns inte i uppställningen här ovan. Leasingavgiften tas med i resultatbudgeten som övrig kostnad.

Resultatbudget. Belopp i tusental exkl. moms:

Ange budgetperiod, t.ex. år 1 och år 2

Intäkter

Försäljning av varor eller tjänster

Rörliga kostnader

Varu-, materialkostnader. Kostnader för främmande tjänster

Bruttovinst (intäkter minus rörliga kostnader)

Lön och sociala kostnader

Anställdas bruttolön, dvs. lön och skatt

Ägarlön brutto vid aktiebolag ("normallön"*)

Arbetsgivaravgift 31% på anställdas löner + ägarlön vid AB

Arbetsmarknadsförsäkringar för anställda. 7% av bruttolönen !

Personförsäkringar för ägare. 7% av "normallön"*

Summa lön och sociala kostnader

Övriga kostnader

Resekostnader. Bilersättning

Lokal: Hyra, el, värme, reparationer och underhåll etc

Kontorsmateriel, telefon, porto etc

Marknadsföring

Försäljningskostnader (reskostnader, övernattning etc.)

Bokföring. Revision

Företagsutveckling (utbildning, produktutveckling etc.)

Företagets försäkringar

Leasing och hyra av utrustning, övriga köpta tjänster

Diverse övriga kostnader

Summa övriga kostnader

Avskrivningar och räntekostnader

Avskrivningar 20% x investeringar i maskiner och utrustning

Räntekostnader. Lånat kapital och eget kapital x låneränta

Summa avskrivningar och räntekostnader

Summa "fasta kostnader"

Resultat vid aktiebolag. Resultat före "ägarlön" vid
enskild firma och handelsbolag

Resultatbedömning för enskild firma och handelsbolag

"Normallön"

Sociala kostnader

Egenavgift för ägare. 30% på ovanstående bruttolön.

Summa normallön och sociala kostnader

	År 1	År 2
Intäkter	+	+
Rörliga kostnader	-	-
Bruttovinst	=	=
Lön och sociala kostnader		
Övriga kostnader		
Avskrivningar och räntekostnader		
Summa "fasta kostnader"	=	=
Resultat vid aktiebolag	=	=
Resultatbedömning för enskild firma och handelsbolag		
"Normallön"		
Sociala kostnader		
Egenavgift för ägare		
Summa normallön och sociala kostnader	=	=

Jämför med
Resultat i
resultatbudgeten!

*Med normallön avses årslön som ägare anser sig behöva brutto, dvs. inklusive skatt, t.ex. vad anställda skulle ha haft i samma bransch och yrke.

SWOT- analys

När vi analyserat vår företagsidé har vi funnit följande styrkor, svagheter, möjligheter och hot.

Vår affärsidé

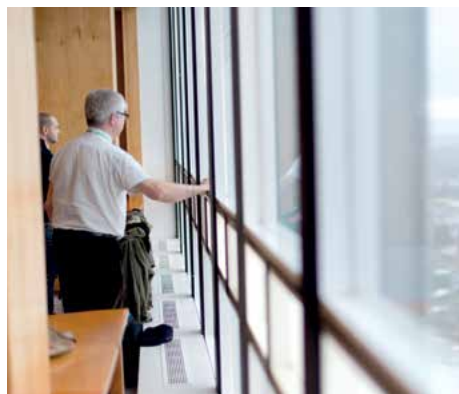
Styrkor	Svagheter
Möjligheter	Hot

För att kunna förverkliga visionen har vi fler olika mål och till varje mål en strategi eller plan för hur vi skall förverkliga vårt mål.

De svagheter som vi ser i vår affärsidé tänker vi hantera på följande sätt

Vi har följande beredskap för att möta framtida hot

Handlingsplan för att visa/förstärka våra styrkor och utnyttja våra möjligheter



Företagsform & organisation

Vi har valt företagsformen _____

Skälet till vald företagsform

Dessa kan bli delägare/medlemmar i företaget


Av våra delägare/medlemmar krävs följande



Så här tänker vi kring vinsten

Följande värden ska prägla samarbetet i företaget

Illustration av vår organisation



Kommentarer till vald organisation

Checklista, Vem sköter. . .

Budgeteringen	
Fakturering	
Inköp	
Betala räkningar	
Löneutbetalning	
Bokföring	
Bokslut	
Deklaration	

Lagar som påverkar vårt företag

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6

Handlingsplan

Så här skall vi fortsätta att arbeta nu när affärsplanen är klar.

Uppgift	Ansvarig	Klart

Milstolpar och firande

Att göra en handlingsplan är viktigt, det är också viktigt att fira när målen är uppnådda. Här nedan är en lista på olika milstolpar som är värda ett fira.

Milstolpar	Firande
Vår första kund	Tårta



Personuppgifter

Namn _____ Personnr _____

Adress _____ Tel _____

Postnr och ort _____ Mobil _____

E-post _____

Yrke och anställningar. Utbildning. Skriv gärna i tidsföljd.

Vilka av dina yrkes- och branscherfarenheter och vilken utbildning har särskilt betydelse för företagssatsningen?

Vad gör du för närvarande? Är du t.ex. anställd, arbetslös, egen företagare, studerar.

Vad pekar på att du har goda företagaregenskaper och kunskaper om företagande?

Referens: _____

Beskriv personkontakter och kontaktnät som har särskild betydelse för ditt företagande.

Har du deltagit i företagsutbildning av något slag? I så fall vilken?

Hur är din personliga ekonomi? Har du besparingar som kan användas under uppstartstiden? Hur mycket sätter du in som egen insats? Har du förfallna skulder? Hur mycket måste du ta ut från företaget netto varje månad för att klara dina privata utgifter första året?

Vision. Beskriv den egna rollen och företaget så som du önskar att det blir om fem år. Exempel: Webbshop som jag sköter helt själv; Grossiströrelse i A-stad med 12 anställda och 25% exportförsäljning med mig själv som säljinriktad VD.

Kompetensinventering

I detta schema visar vi vilka arbetsuppgifter som finns i vårt företag samt hur vi planerar att hantera sådana uppgifter som vi ännu inte har tillräcklig kompetens att utföra själva.

Arbetsuppgifter i företaget

Arbetsuppgift	Detta kan jag	Vill lära mer om	Vill slippa

Så här hanterar vi kolumn tre och fyra

Vår styrelse består av följande personer. Namn och uppgift i styrelsen.



Länsstyrelsen
Västmanlands län



Västerås Science Park i strategiskt samarbete med:
Cocompanion Västmanland, Länsstyrelsen Västmanlands län och Almi Företagspartner

En investering för framtiden



EUROPEISKA
UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonden