

# AFFÄRSPLAN

[SÄTT IN FÖRETAGSNAMN]

Affärsplanen är en överblick över företaget och innehåller vår strategi, affärsidén, framtidsplaner, mål samt vad företaget ska göra för att nå sina mål.



## KONTAKTA

Namn

Telefon

Email

## SKAPAT DATUM

20 juli 2019

# Innehållsförteckning

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| Sammanfattning .....          | 3 |
| Strategi .....                | 4 |
| Vår idé .....                 | 4 |
| Målgrupp och erbjudande ..... | 4 |
| Marknadsanalys .....          | 5 |
| Konkurrens .....              | 5 |
| Teamet .....                  | 5 |
| Tidsplan.....                 | 5 |
| SWOT .....                    | 5 |
| Risker .....                  | 6 |
| Finansiell information .....  | 7 |
| Beräkningsgrunder .....       | 7 |
| Resultatbudget .....          | 7 |
| Balansbudget .....            | 7 |
| Kassaflödesanalys.....        | 7 |
| Break-even budget.....        | 8 |
| Bilagor.....                  | 9 |

## Sammanfattning

Sammanfatta affärsidén med USP. Förklara alltså vilket behov den möter och hur den är speciell. Om ni söker investerare kan ni även lägga till vilken investering ni söker. Beskriv här:

- Skriftlig Pitch
- Mission & Vision
- Sammanfattning av affärsmodell

# 1 Strategi

Under punkterna nedan ger ni en helhetsbild av hur företaget ska lyckas. Ta med undersökningar och liknande som söder resonemangen i de olika delarna.

## 1.1 Vår idé

Beskriv idén. Börja med att förklara vilket problem ni ska lösa eller hur ni ska skapa värde. Fortsätt sedan med varför er tjänst eller produkt är en lämplig lösning. Ni kan även skriva om er vision och mission som guidar företaget framåt.

## 1.2 Målgrupp och erbjudande

### Målgrupp

Beskriv målgruppen utifrån relevanta grunder. Det kan vara specifika beteenden, livsstilar, värderingar, intressen eller något helt annat.

### Erbjudande

Utnyttja de fyra P:na för att ge en helhetsbild av ert erbjudande.

1. **Product:** Förklara vad produkten är och vilka features den har. Inkludera bilder och liknande för att ge ytterligare klarhet. Skriv hur ni planerar att producera produkten. Säljer ni tjänster kan ni göra en liknande beskrivning för tjänster.
2. **Place:** Hur ska ni distribuera era tjänster eller produkter. Alltså var och hur kommer den nå målgruppen.
3. **Promotion:** Skriv om hur ni kommunicerar ert budskap och skapar medvetenhet om företaget. Sociala medier, reklam eller något annat. Beskriv även hur kommunikationen relaterar till varumärket ni vill skapa.
4. **Price:** Hur mycket kommer era tjänster eller produkter kosta? Tänk på att det ska vara i linje med den övergripande strategin. Siktar ni på att vara budget- eller premium?

### Varumärke

Beskriv strategin för varumärket. Vilka ska ni vara i kundernas ögon?

### 1.3 Marknadsanalys

Gör en analys av marknaden för din produkt. Ta upp trender som är av intresse och relatera dem till ert företag. Trenderna det för sig om kan vara av olika karaktär och för att få ett övergripande perspektiv kan ni utnyttja en PESTEL-analys. Kategorierna i en PESTEL är:

- Political
- Economic
- Social (exempelvis nya konsumenttrender)
- Technological
- Environmental
- Legal

Alla kategorier är inte applicerbara för varje företag men det är en god startpunkt för att välja vad ni ska ta med i er analys.

### 1.4 Konkurrens

Egentligen en fortsättning på marknadsanalysen. Här beskriver ni de främsta konkurrenterna. Det är ett bra tillfälle att visa var det finns ett hål i marknaden som ni ska fylla.

### 1.5 Teamet

Presentera grundarna och hur era kompetenser gör er lämpliga för företaget. Ta med information om hur ni kompletterar varandra. Inkludera om ni kommer behöva anställa fler eller outsourca processer. Här kan ni även ta med ett organisationschema.

### 1.6 Tidsplan

Gör en tidslinje och beskriv när ni planerar att genomföra olika delar av strategin och när ni når milstolpar. Se till att den är trovärdig och rimlig.

### 1.7 SWOT

I en SWOT tar ni upp styrkor, svagheter, möjligheter och hot. Det ger en övergripande bild genom att sammanfatta strategin.

|  |  |
|--|--|
| <p><b>STRENGTHS</b></p> <p>Styrkor: De fördelar organisationen eller personen i fråga har i förhållande till situationen, t.ex.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• man är marknadsledare</li> <li>• goda resurser</li> <li>• bra kompetens</li> </ul>  | <p><b>WEAKNESSES</b></p> <p>Svagheter: De nackdelar organisationen eller personen i fråga har i förhållande till situationen, t.ex.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• okänd bland kunderna</li> <li>• dålig kvalitet på produkten</li> <li>• höga priser</li> </ul> |
| <p><b>OPPORTUNITIES</b></p> <p>Möjligheter: De fördelar som situationen erbjuder organisationen eller personen i fråga t.ex.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ekonomiskt klimat (låg eller högkonjunktur)</li> <li>• demografiska förändringar (åldersfördelning, socialklass)</li> <li>• teknik (nya uppfinningar)</li> </ul> | <p><b>THREATS</b></p> <p>Hot: De nackdelar som situationen erbjuder organisationen eller personen i fråga t.ex.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• konkurrenternas aktivitet (ny lansering av en produkt)</li> <li>• demografiska</li> <li>• politiska</li> </ul>    |

## 1.8 Risker

I SWOT: en kommer ni se svagheter och hot. De innebär risker. Beskriv dem och förklara hur ni hanterar dem.

## 2 Finansiell information

I den här delen visar ni att företaget har en chans att överleva ekonomiskt. Ni kan inleda med att beskriva intressanta punkter. Till exempel:

- Om ni behöver ta in kapital.
- Hur mycket kapital ägarna lägger in.
- När ni blir vinstdrivande.
- Intressanta insikter från budgetarna.
- Vad eventuell investering används till.

Vi rekommenderar att ni gör budgeten i Excel. Där kan ni enkelt göra interaktiva budgetar så att ändringar av en variabel påverkar hela budgeten.

### 2.1 Beräkningsgrunder

Vilka siffror använder ni i beräkningarna? Ta med sådant som estimerad produktionskostnad, försäljningspris och volymer.

### 2.2 Resultatbudget

En resultatbudget visar när ni kommer generera vinst.

Läs mer: <https://www.ageras.se/ordlista/resultatrakning>

### 2.3 Balansbudget

Viktigt att ta med för att visa hur företaget är finansierat.

Läs mer: <https://www.ageras.se/ordlista/balansrakning>

### 2.4 Kassaflödesanalys

En vanlig anledning till att företag misslyckas är att de får slut på cash. Gör en kassaflödesanalys för att visa hur ni undviker det.

Läs mer: <https://www.ageras.se/ordlista/kassaflode>

## 2.5 Break-even budget

En break even visar hur många enheter ni måste sälja för att gå med vinst.



### 3 Bilagor

Här kan du inkludera sådant som är intressant för investerare men som inte är viktigt nog för att ta med i huvudtexten. Det kan till exempel vara mer detaljerade resultat från kundundersökningar du hänvisat till tidigare i affärsplanen.