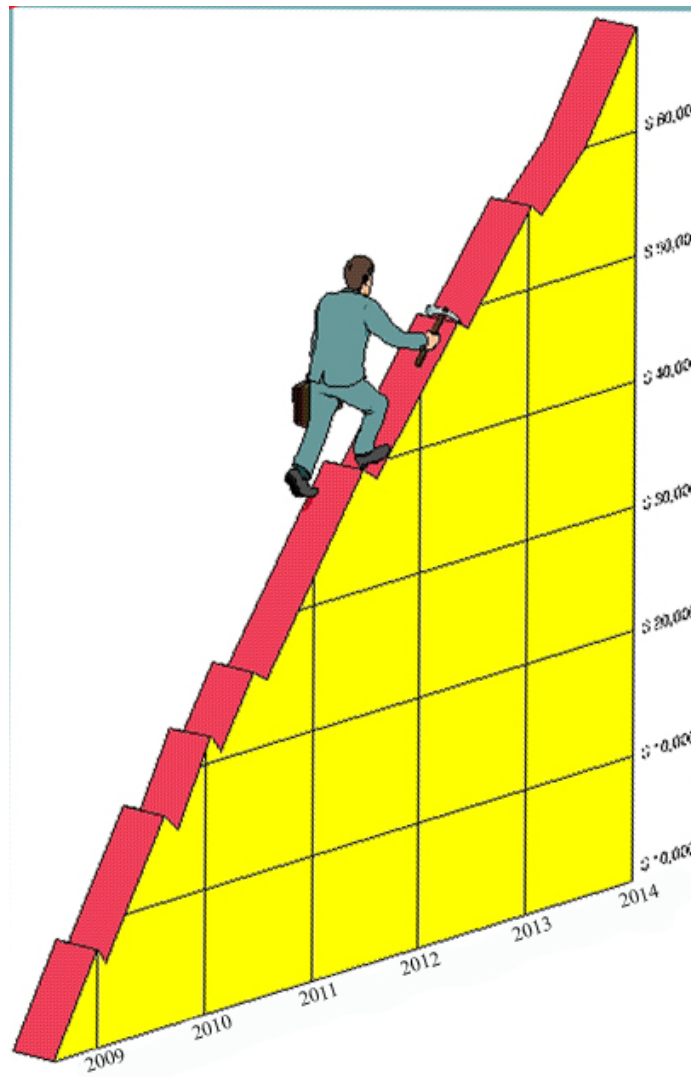


Affärsplan



Namn:

Adress:

Telefon:

Mobiltelefon

E-mail:

Personnummer:

Så här arbetar Du med affärsplanen:

Notera att affärsplanen är ett verktyg för utvecklingen av Din affärsidé. Den är uppbyggd steg för steg och det kan vara värdefullt för Dig att under arbetets gång diskutera med Din jobbcoach eller någon annan rådgivare, som Du vill ha stöd ifrån.

Delar av materialet riktar sig speciellt till nyföretagare inom vissa områden, såsom varuproduktion, handel eller tjänster. Du behöver förstås bara arbeta med de avsnitt som berör den verksamhet, som Du planerar att starta. Men läs gärna igenom också de andra avsnitten; det kan finnas beröringspunkter, som Du kanske inte tänkt på och som kan vara värt att fundera över.

Lycka till!

Affärsidén

Min affärsidé:

Min affärsidé tillgodoser följande behov hos mina kunder:

Mina kunder är främst:

Så här når jag mina kunder:

Varuproduktion

Att starta företag med tillverkning av produkter som affärsidé kräver många gånger mycket noggranna förberedelser. Ofta är kalkylerna svåra och insatserna stora. I det följande har Du några frågor, som Du måste besvara. Utnyttja möjligheten att diskutera frågorna med Din jobbcoach eller någon annan, som Du söker stöd hos.

Några frågor att tänka på

1. Behovsbild

Hur skaffar jag mig kunskap om kommande marknad, behov och beteenden hos mina kunder?

Hur bedömer jag trender på marknaden?

2. Volymtänkande

Hur kan jag skaffa mig en uppfattning om marknadens storlek?

Hur kan jag formulera kundens krav- och behovsspecifikationer?

3. Tillverkning

Hur tillverkar jag mina produkter?

Hur designar och konstruerar jag?

Ska jag ha egen tillverkning eller låta legotillverka.

Noteringar

Tjänster

Att sälja tjänster skiljer sig på många avgörande sätt från att sälja produkter. Ofta går det inte att ”ta på” en tjänst och att värdera värdet av den i förväg. En leverans kan heller oftast inte göras om; ett dåligt råd kan inte tas tillbaka.

Några frågor att tänka på

1. Profilering

Det är viktigt att visa omfattningen av min tjänst eller kompetens och hur den skiljer sig från andras. Hur skall jag göra det? Behöver jag komplettera mina erfarenheter med en utbildning? Hur skall jag prissätta mina tjänster?

2. Förväntningar

Kundens förväntningar är viktiga. Ofta kan värdet av en tjänst mätas först efter det att den förbrukats. På vilket sätt skall jag mäta kundens förväntningar före köpet? Lever jag upp till förväntningarna eller har jag lätt att ”lova för mycket”?

3. Problemlösning

Tjänsteföretag skapar oftast sina tjänster i direkt dialog med kunden. Hur ser jag på mig själv i detta avseende – är jag en problemlösare? Är jag kreativ och lyhörd för kundens behov? Har jag den kompetens och kunskap som behövs? Kan jag förklara det för mina kunder?

4. Marknadsföring

Ingen människa är den andra lik och att sälja tjänster innebär ofta individuella lösningar för varje kund. Det betyder att jag behöver en specifik marknadsföringsstrategi för varje enskild kund ofta kombinerad med kundbesök (s k relationsmarknadsföring). Hur bygger jag en strategi för denna typ av marknadsföring?

5. Utveckling

Om man arbetar med tjänster måste man ”produktutveckla” och utbilda sig hela tiden. Man måste vara medveten om de förändringar, som sker i samhället, på marknaden, hos kunderna och i världen. Vilken strategi har jag för att utveckla mitt tjänsteutbud?

Noteringar:

Handel

Handel är en rubrik, som sammanfattar många, tämligen vitt skilda företeeser. Det skiljer självklart mycket mellan en kvartersbutik med dagligvaror och en grossist med import av högteknologiska produkter med några få kunder spridda över landet.

Några frågor att tänka på

1. Inköp

Att ha rätt inköpskanaler är viktig när man bedriver handel. Jag måste ha konkurrensfördelar gentemot mina konkurrenter, t ex lägre pris, högre kvalitet eller bättre utbud. Vilka kontakter har jag knutit med leverantörer?

2. Prissättning

Prissättningen varierar kraftigt från bransch till bransch. Jag måste göra en beräkning av vad jag behöver ha för påläggsmarginal på mina varor för att täcka omkostnader och ge vinst i företaget (se kostnadssidan i budgeten). Har jag tänkt på hur jag skall prissätta mina varor?

4. Lager

Jag måste hålla lager, och det kostar pengar. Jag måste också kunna investera i nya produkter innan det befintliga lagret är tomt. Jag måste ha ekonomisk beredskap för detta.

5. Öppettider

Att bedriva butik innebär att man måste satsa mycket kraft och tid. Jag måste kunna anpassa mina öppettider till de tider då andra är lediga och kan handla, vilket kan innebära arbete på kvällar och helger. Är jag och min familj beredda att satsa så mycket tid.

6. Sortiment

Ett alltför stort lager parad med en låg omsättning är kostsamt. Det är viktigt att hitta rätt sortiment. En tumregel är att 20% av varorna står för 80% av omsättningen. Hur väljer jag ut de varor som skall ingå i mitt sortiment?

Noteringar:

Marknad

Vilka är mina blivande kunder?

Hur skall jag marknadsföra mig och mitt företag?

Hur kan jag sälja till mina kunder? Och var/hur skall jag etablera mig?

Konkurrenter

Lista Dina produkters styrkor och svagheter jämfört med konkurrenternas. Tänk på att det kan finnas både direkte och indirekt konkurrens. Direkt konkurrens = motsvarande produkt eller tjänst. Indirekt konkurrens = kunden väljer en annan lösning på problemet/behovet (jmf: Du kan åka till Stockholm med tåg, flyg eller egen bil).

Detta är mina **direkta** konkurrenter:

Detta är mina **indirekta** konkurrenter:

Vilka faktorer kan försämra mina förutsättningar med tiden?

Hur bedömer jag utvecklingen på mitt område (t ex pris konkurrens, överetablering, anställd eller inhyrd personal)

Vilka utvecklingsmöjligheter finns för min affärsidé/verksamhet?

Totalmarknaden (inom mitt geografiska verksamhetsområde) beräknas till:

Jämför med mina konkurrenter är jag:

Bättre Likvärdig Sämre

Produkt/tjänst

Kompetens och service

Tillgänglighet

Prissättning

Administration

Skall jag starta ensam eller med en kompanjon?

Om jag skall starta med en kompanjon, har vi tecknat kompanjonsavtal?

Har jag möjlighet att teckna avtal med kunder? Med leverantörer? Med samarbetspartners?

Lagar och avtal

Se upp för eventuella etableringshinder eller andra juridiska hinder för Din verksamhet. Behövs tillstånd för verksamheten? Var också noga med att upprätta de avtal som krävs innan Du startar!

Skall jag hyra lokal? Har jag skriftligt hyresavtal?

Skall jag bedriva verksamheten i min bostad?

I så fall, hur länge kan jag göra det?

Övriga viktiga avtal för min verksamhet:

Administration

Känner Du till de företagsformer som finns och hur de påverkar Din personliga situation, t ex när det gäller Ditt personliga ansvar?

Vilken företagsform passar Dig bäst?

Motivera:

Om Du skall köpa ett företag

Tänk på följande:

Hur jag branscherfarenhet?

Varför säljs företaget?

Det är viktigt att uppskatta värdet av företaget.

Är köpesumman realistisk?

Vad får jag för det?

Begär in de tre senaste boksluten och se över dem tillsammans med en revisor.

Fråga Dig vad Du kan tillföra för att utveckla verksamheten.

Fördelar:

Fördelarna med att köpa ett befintligt företag kan vara att det redan finns en kundkrets, kontakter med leverantörer; att namnet, läget och lokalen är inarbetade och att utrustning (och kunnig personal) finns.

Nackdelar:

Nackdelen kan vara att kontakter, kunder och kunskaper försvinner med den tidigare ägaren.

Se upp:

Är företaget på fallrepet? Har konkurrenter tillkommit? Har läget försämrats? Är företaget värt det begärda priset? Är anseendet gott? Finns det lån eller skulder, som Du övertar? Vad ingår i priset? Har Du dce branschkunskaper och kontakter som behövs? Kontrollera tillstånd och inventariernas ålder och skick.

Försäkringar

De vanligaste försäkringarna för ny- och småföretagare är företagsförsäkringen, som täcker sådant som egendom, ansvar, avbrott och rättsskydd samt liv-, sjuk-, olycksfall- och pensionsförsäkringar för företagaren.

Vilka försäkringar behöver jag?

Tänk på att Du som egenföretagare inte har samma försäkringsskydd som anställda. Därför bör Du se över Ditt skydd tillsammans med en sakkunnig person. Börja med att tala med det försäkringsbolag, där Du har Din hemförsäkring. Det är lika viktigt att se över Ditt försäkringsskydd även om Du bedriver verksamheten i Din bostad.

Arbetsrutiner

Vem sköter..

Budgetering

Fakturering

Bankärenden

Postärenden

Brev/utskrifter

Inköp

Registrering

Inbetalning av skatter/avgifter

Bokföring/redovisning

Deklaration och bokslut

Ekonomi

Budgeten är Ditt verktyg som Du använder fortlöpande. Jämför budget med utfall och följ upp eventuella avvikelser. Det är viktigt att ha kontroll.

Börja med att uppskatta hur mycket pengar som krävs för att starta och driva Ditt företag. Tänk på att det kan dröja 40 till 50 dagar innan kundernas betalningar kommer in. Räkna med samtliga utgifter, t ex telefon, lokalhyra, varuinköp, löner och sociala kostnader, bil- och resekostnader, försäkringar mm.

I Din likviditetsbudget måste Du ta hänsyn till säsongsvariationer, fakturatid etc. Och med inbetalningar och utbetalningar på rätt ställe.

Fundera på vad Du måste sälja per dag för att verksamheten skall gå ihop. Vad kan Du ta ut i lön? Kan Du försörja Dig på den lönen? Är prissättningen riktig?

Mervärdesskatt, moms

Mervärdesskatten, momsen, är en statlig skatt på all skattepliktig omsättning inom landet på varor och tjänster. Momsen tas ut i samtliga led i produktions- och distributionskedjan och uppgår till det mervärde, som tillförts varan eller tjänsten i respektive led. Det betyder att man i varje led debiterar moms på hela försäljningsbeloppet till nästa led, samtidigt som man får göra avdrag för den moms, som påförts av närmast föregående led i kedjan. Den moms, som företaget skall betala till Skattemyndigheten är alltså beräknad på det egna mervärdet.

Observera att momsen inte är en kostnad för företaget. Momsen belastar bara den slutliga konsumenten av varan eller tjänsten. Som företagare är Du skyldig att redovisa och erlägga den del av momsen som uppstår hos Dig genom det mervärde Ditt företag tillfört varan eller tjänsten.

OBSERVERA att i resultatbudgeten skall därför momsen **inte** vara med, varken på det Du köper eller det Du säljer. I likviditetsbudgeten, däremot, måste den finnas med, både i form av moms på det Du köper (och som Du betalar till den Du köper av) och på det Du säljer (som betalas av Din kund) och som utbetalningar (eller i vissa fall inbetalningar) i samband med redovisning och uppbörd av mervärdesskatt.

Kapitalbehov

Hur stort kapital behöver Du? Gör en grov beräkningen i tabellen nedan.
OBS: alla kostnader/intäkter exkl moms!

Investeringar

Övertag/förbättring av lokaler

Inventarier/kontorsutrustning

Maskiner

Marknadsinvesteringar/skyltar/logotype

Övriga engångsinvesteringar

Oförutsedda engångskostnader (10-20%)

Hur mycket kapital behöver Du ha i övrigt innan kundinbetalningarna flyter
in i tillräcklig mängd?

Rörelsekapital

Kassa/bank

Lager

Kundfordringar

Förskottsbetalningar

Summa kapitalbehov:

Fundera på hur Du skall kunna få fram egna eller lånade pengar.

Finansiering

Eget kapital

Lånat kapital

Summa

Likviditetsbudget

Se bilagda Excel-blankett. OBS: alla belopp är inklusive moms.

Marknadsplan och resultatbudget

Finns också i bilagda Excel-blankett. OBS: alla belopp är här exklusive moms.

Starta eller inte starta, det är frågan.

Du har nu kommit till sanningens ögonblick där Du skall bestämma Dig för om Du ska starta eget företag eller inte.

Du väljer väg:

Gå igenom checklistan nedan och svara ärligt på varje fråga:

Ja Nej

Har Du bestämt Dig för att starta?

Tror Du på Dig själv och Din idé?

Har Du skaffat de viktiga kontakter som krävs?

Har Du gjort en marknadsundersökning?

Kan Du möta kundernas behov?

Har Du gjort en marknadsplan?

Är Du bättre än konkurrenterna?

Har Du det kapital som behövs?

Har Du skrivit alla avtal som behövs?

Har Du de försäkringar Du behöver?

Har Du registretat företaget? Anmält till Skattemyndigheten och fått F-skattsedel?

Har Du lagt upp enkla arbetsrutiner?

Tänk på att inte isolera Dig, vare sig Du bedriver verksamheten i Din bostad eller på kontor eller i butik. Det är viktigt att skapa kontaktytor såväl för Din egen stimulans som för affärernas skull. Bli medlem i Nyföretagarklubben, i braschorganisationer, Lions, Rotary etc för att få stöd och stimulans i Ditt företagande. Vidareutbilda Dig och påverka utvecklingen i stället för att bli omsprungnen.

Fokusera på Din affärsidé och sätt tydliga mål!

Skaffa en mentor, som genom att se på Dig och Ditt företag ur ett annat perspektiv kan vara ett stöd och bollplank.

Glöm inte att göra affärer – det är det allt handlar om!