

Välkomna!



Katharina & Göran



Agenda

18:00-18:15 Kort presentationsrunda

18:15-18:45 Workshop I

18:45-19:00 Fika

19:00-19:45 Workshop II

19:45-20:00 Avrundning och Erfarenhetsutbyte

Presentation 1 min

- Namn
- Ort
- Affärsidé
- Något som ni kan fråga mig om!



Detta vill jag veta - diskutera?

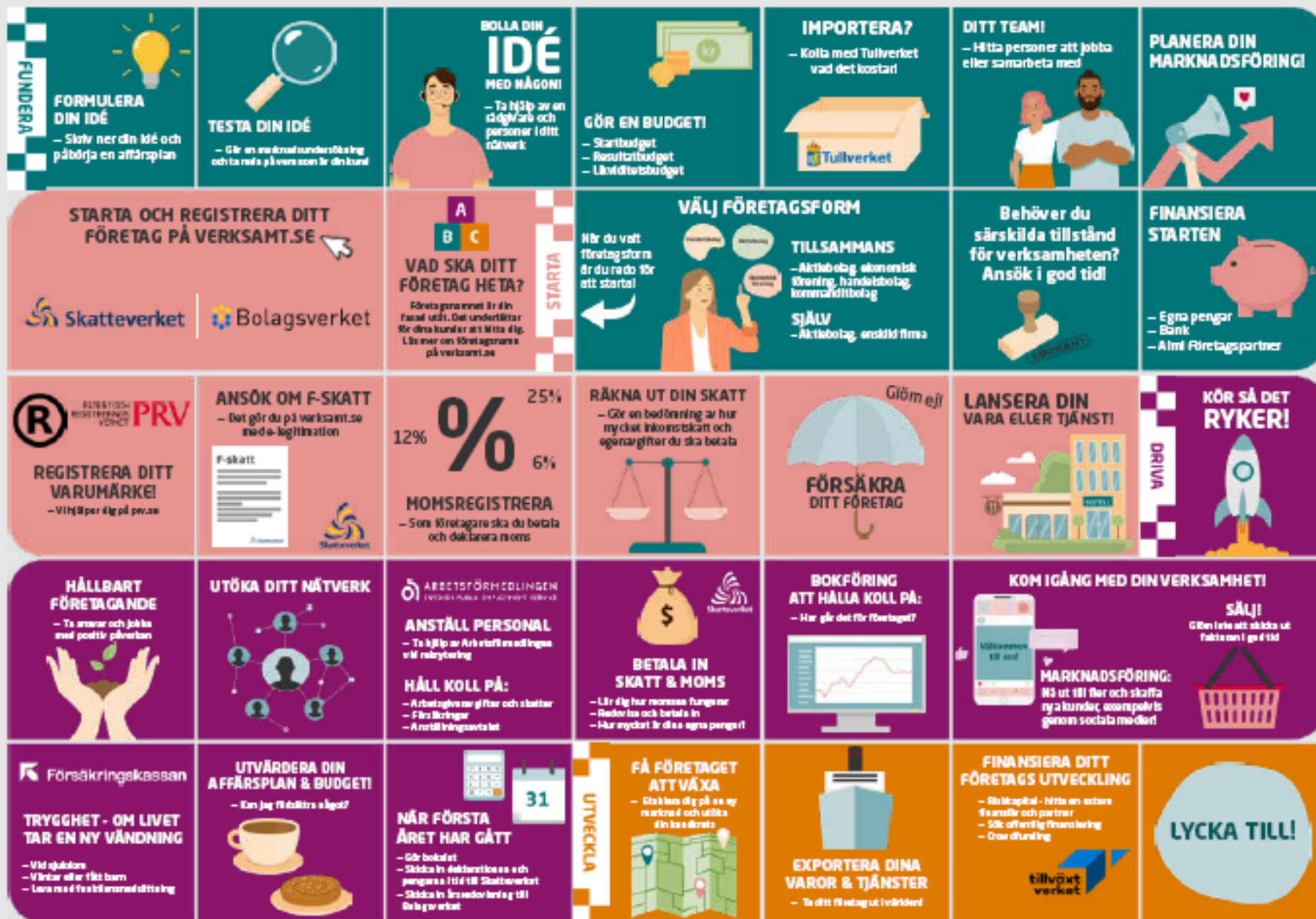


STARTA FÖRETAG

TA DIG FRAM
STEG FÖR STEG

Atrinova | Affärsutveckling

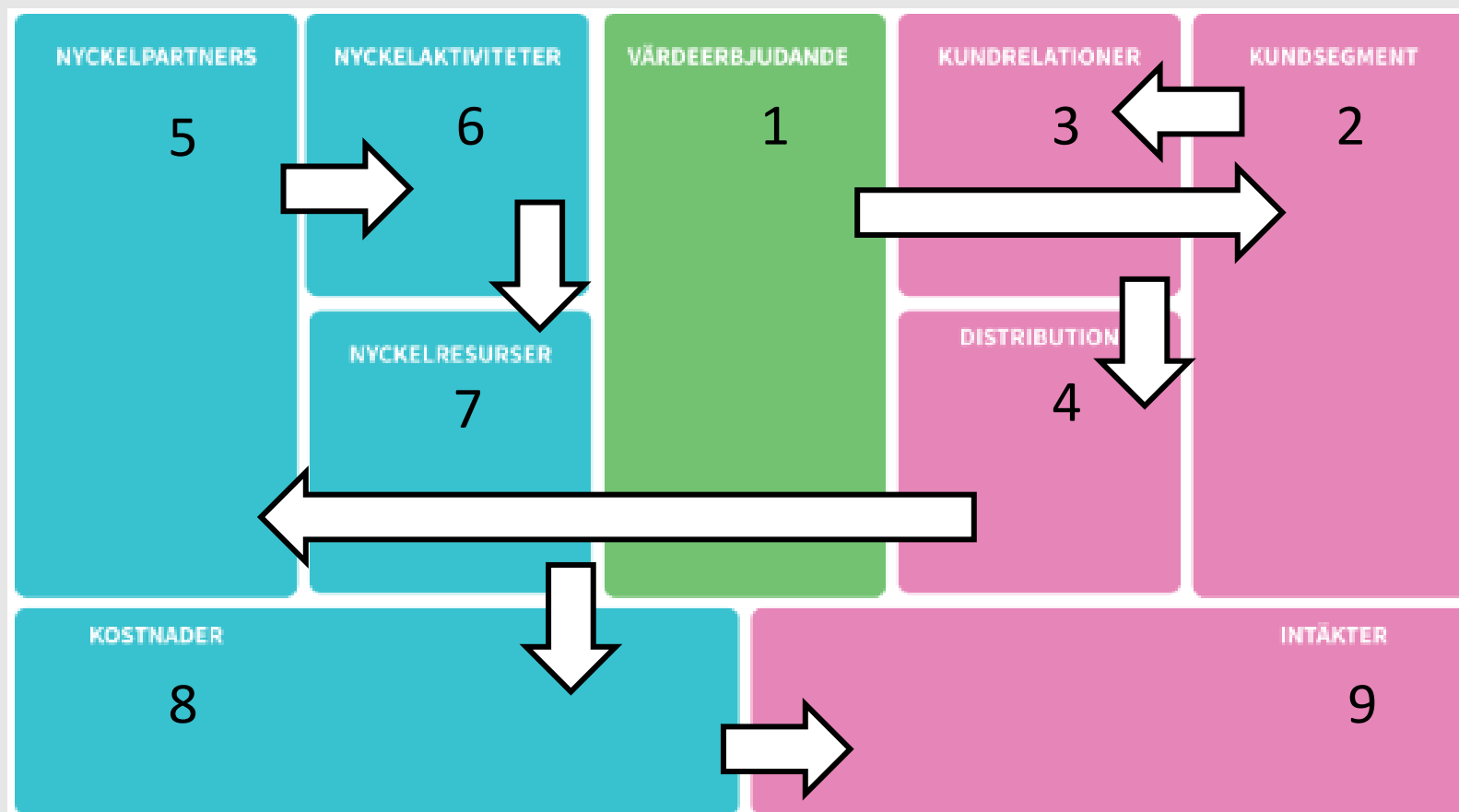
Börja här!



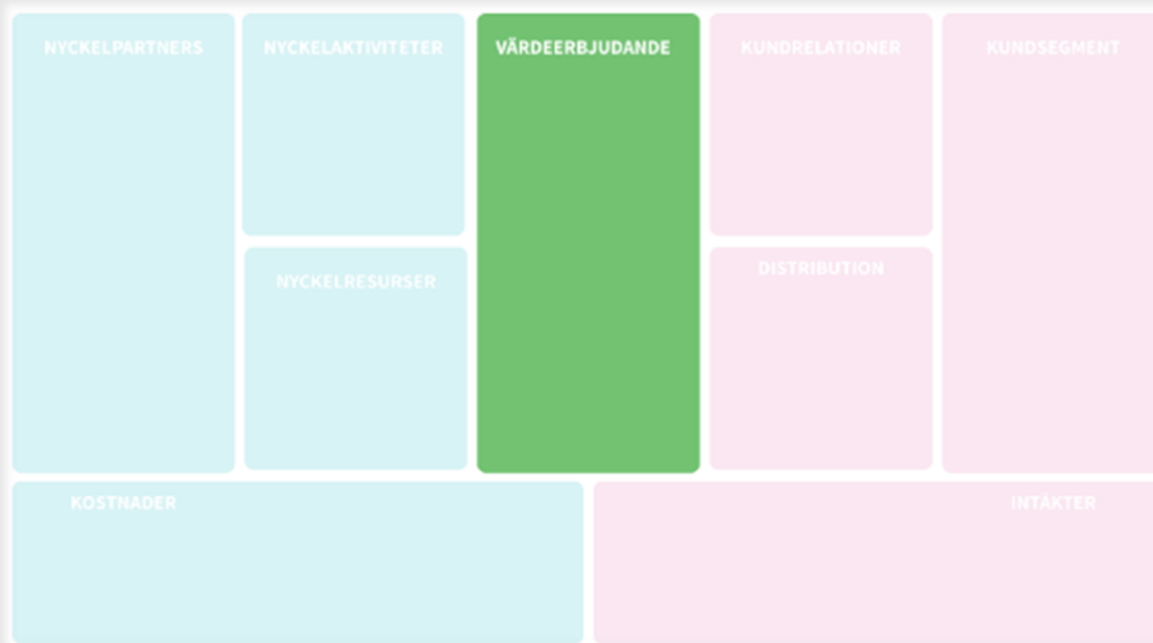
Affärsmodell

Business Modell Canvas är en affärsmodell där du beskriver din verksamhet i 9 olika delar

1. Värdeerbjudande
2. Kundsegment
3. Kundrelationer
4. Distribution
5. Nyckelpartners
6. Nyckelaktiviteter
7. Nyckelresurser
8. Kostnader
9. Intäkter



1. Värdeerbjudande



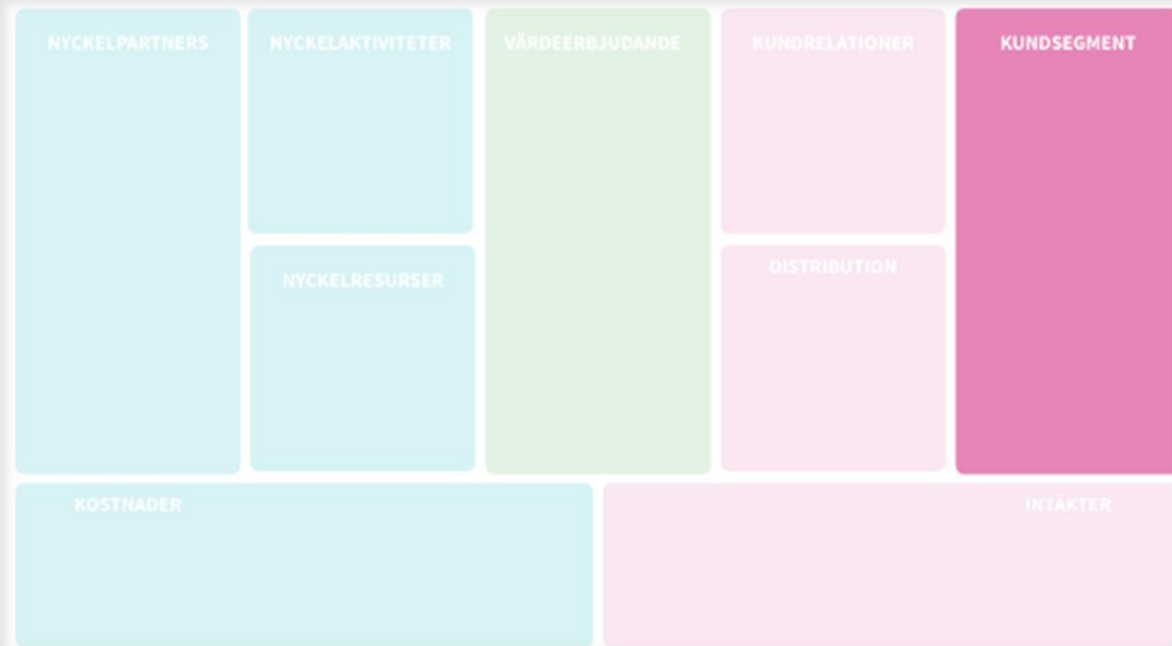
Värdeerbjudande

Det här är det första du behöver lista ut – vad är det du gör egentligen? Beskriv vad ditt erbjudande går ut på och hur det skapar ett värde för dina olika målgrupper (kundsegment).

Exempel

Strumpor med roliga mönster samt strumpor med personligt tryckta mönster där kunden får lämna in en egen bild eller ett eget mönster.

2. Kundsegment



Kundsegment

Vilken eller vilka målgrupper har du? Vad är de intresserade av och vad köper de för produkter eller tjänster idag?

Försök att lista ut så många detaljer som möjligt om din målgrupp eller dina målgrupper. Det underlättar längre fram i canvasen.

Exempel

Barn i storstäder samt modemedvetna och modiga ungdomar i storstäder.

3. Kundrelationer



Kundrelationer

Beskriv hur dina kundrelationer ser ut i de olika kundsegmenten (målgrupperna). Vad har du för relation till dina kunder? Hur vill de handla och hur blir du attraktiv för målgruppen.

Du kan ha flera målgrupper som du riktar dig till. Din produkt kanske har ett värde för en målgrupp och ett annat värde för en annan.

Exempel

Vi gör det möjligt för kunden att göra något tråkigt roligt och kreativt. Kunden ser oss som en leverantör av en lyxprodukt som ändå inte är så dyr. En rolig aktör

4. Distribution



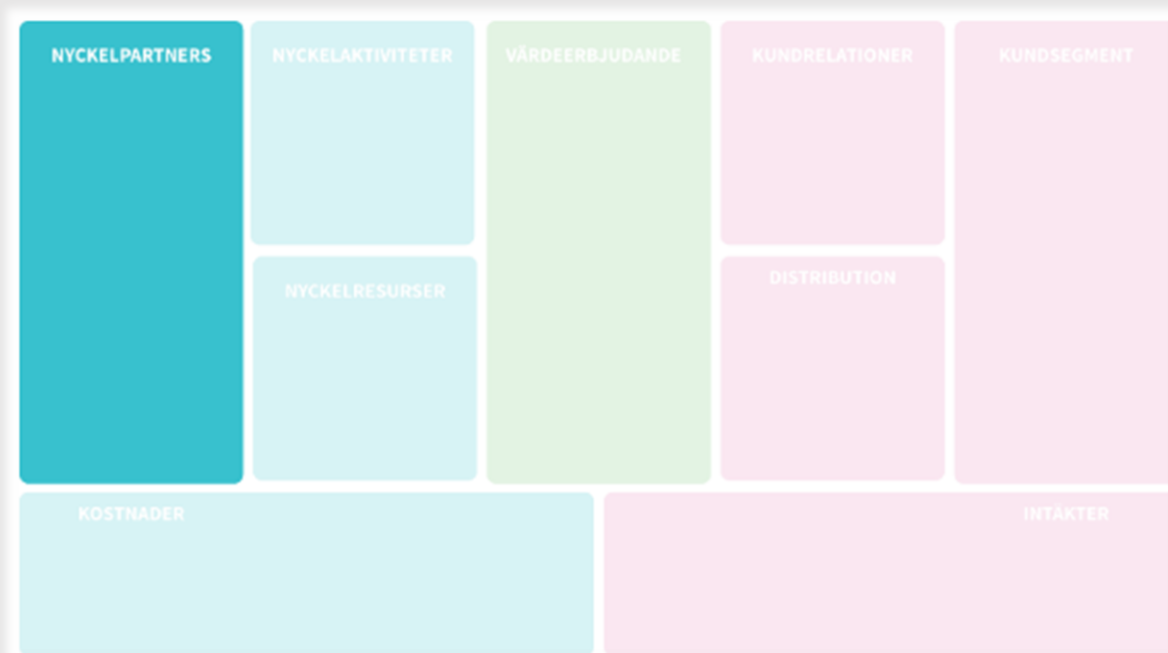
Distribution

Hur ska du leverera din produkt eller tjänst till din målgrupp?

Exempel

Via en liten butik i staden samt via en webbshop där kunder kan beställa online och lämna in sina mönster

5. Nyckelpartners



Nyckelpartners

En del aktiviteter är både billigare och mer effektiva om någon annan tar hand om dem.

Det kan handla om underleverantörer eller externa konsulter av något slag. Vad behöver du för partners har du eller behöver skaffa för att förverkliga din affärsidé?

Exempel

Tryckerier samt leverantörer och producenter av strumpor.

6. Nyckelaktiviteter



Nyckel aktiviteter

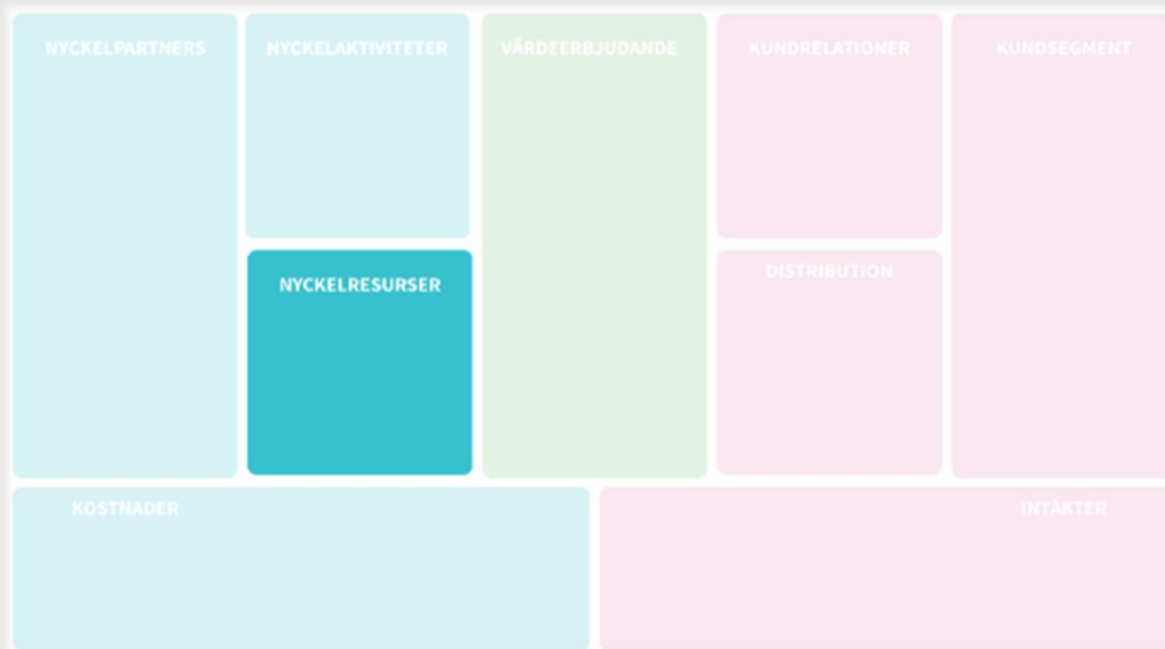
Vad behöver du göra för att kunna leverera till din målgrupp?

En nyckelaktivitet kan vara själva produktionen, utvecklingen, outsourcing, själva distributionen och så vidare.

Exempel

Marknadsföring, viral spridning och samarbete med olika hemsidor för personliga presenter.

7. Nyckelresurser



Nyckelresurser

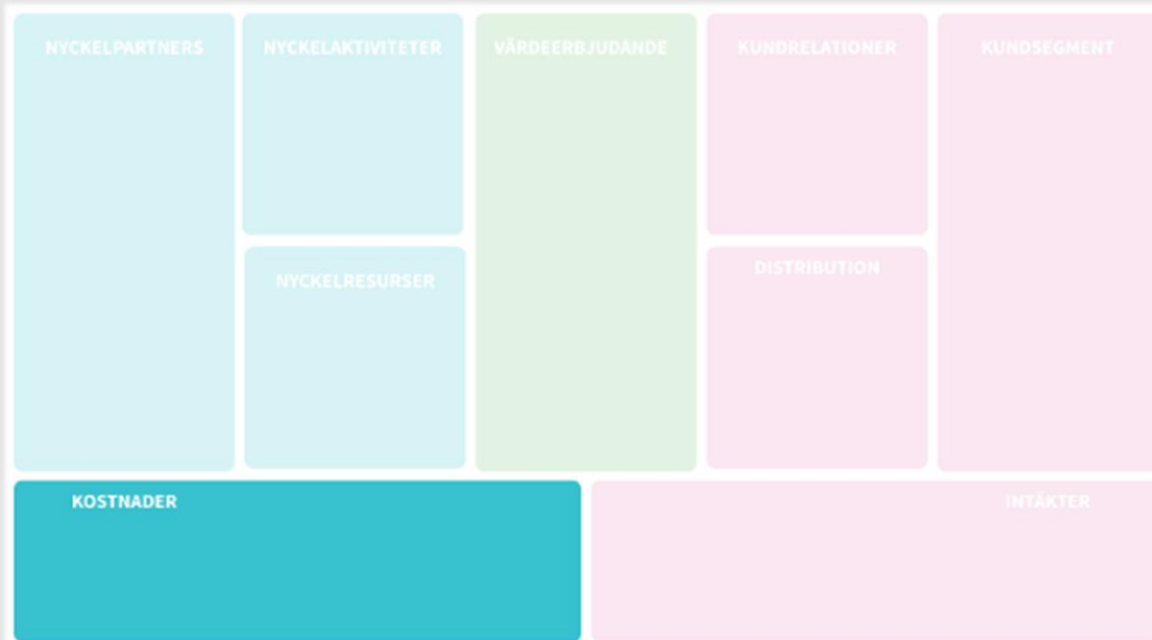
Vilka resurser behöver du för att kunna leverera din produkt, tjänst eller idé till dina målgrupper? Vad behöver du för att vara lönsam och generera pengar?

En nyckelresurs kan vara personal, maskiner, patenter, ditt varumärke, din hemsida och så vidare.

Exempel

Designers, webbdesigners och originalara som kan ta hand om kunderna personliga mönster.

8. Kostnader



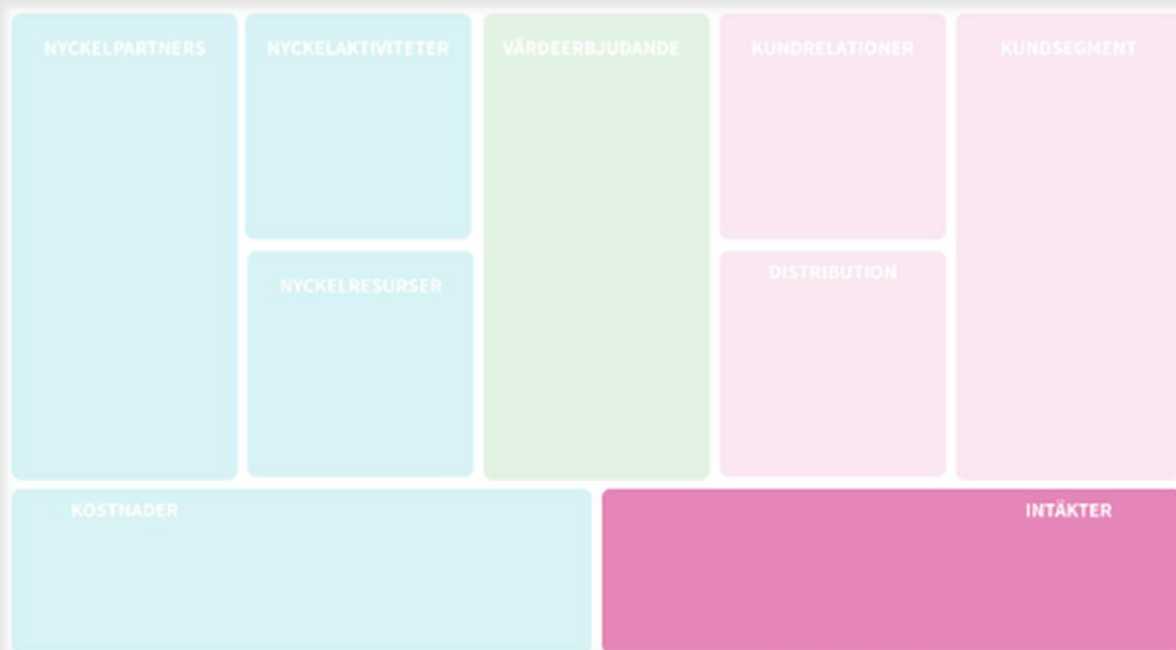
Kostnader

Beskriv vilka kostnader du har eller kommer att ha i din verksamhet. Du behöver inte räkna ut hur stora kostnaderna är, utan *fokusera på vilka typer av kostnader* du har.

Exempel

Hyra, marknadsföringskostnader, material, el.

9. Intäkter



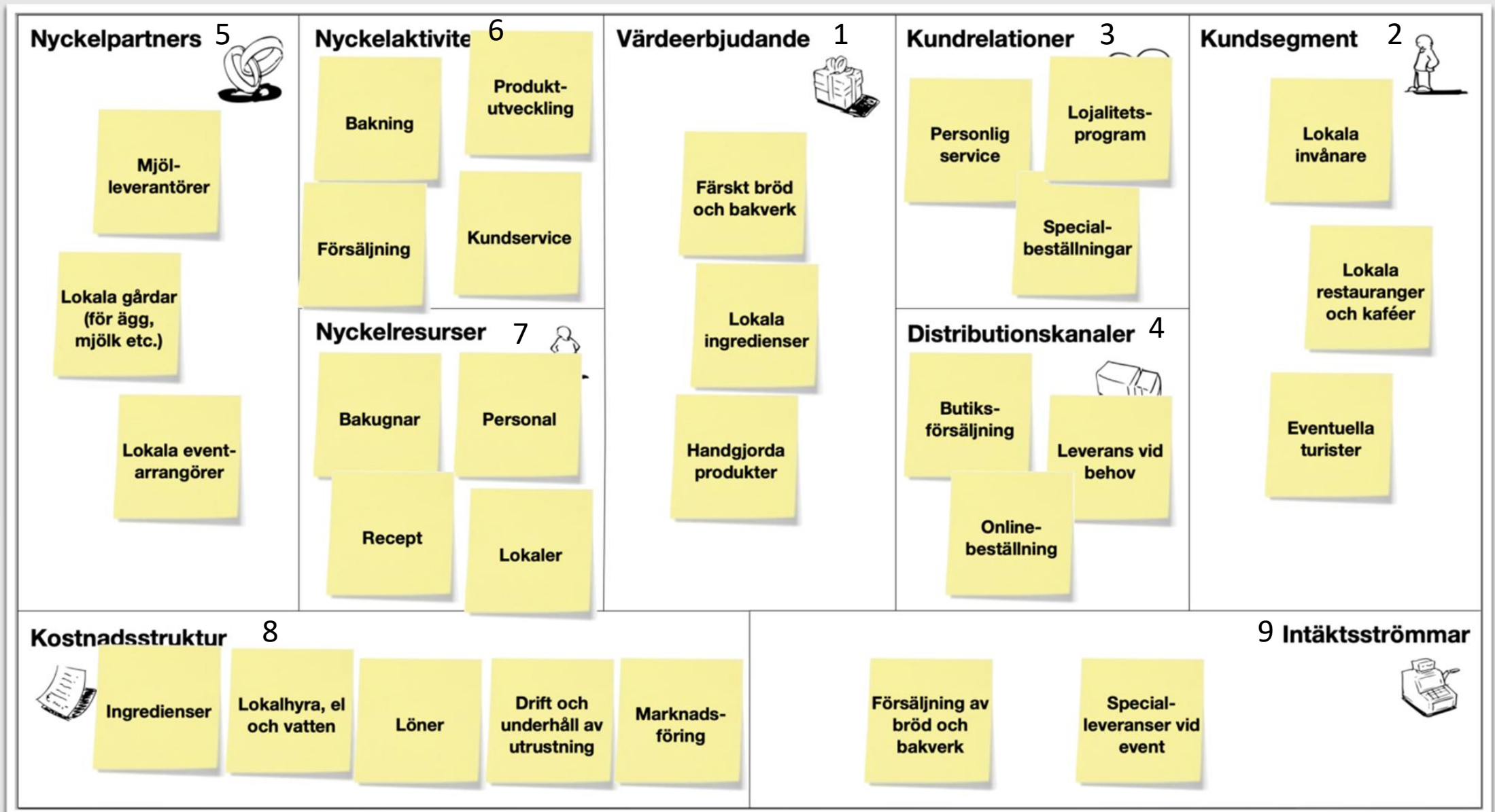
Intäkter

Beskriv vilka intäkter du tror att varje målgrupp kan bidra med. Fokusera på *vilka sorters intäkter* du kan generera snarare än hur stora de är

Exempel

Försäljning av strumpor med färdiga roliga mönster och försäljning av personligt ryckta strumpor samt hantering av mönster

Exempel - Bageri



Affärsplan

Fem viktiga tips:

1. Håll det kort
2. Anpassa efter din målgrupp
3. Testa din affärsidé med kortare affärsplan först
4. Tänk ut vad du har för mål med företaget och anpassa affärsplanen
5. Gör det inte till en för stor sak

Affärsplan

Företagets namn:

Datum:

1. Affärsidé

Beskriv företagets verksamhet. Vad är företagets produkt eller tjänst? Vad är det som gör företagets erbjudande unikt?

2. Mål och vision

Vad vill du uppnå med ditt företag? Vad ser vi oss i framtiden om 3-5 år? Vilken inverkan kommer vi att ha på samhället? Vilket behov kommer vi att lösa? Ett tips för att sätta mål är att det ska vara SMART: **S**pecifikt, **M**ätbart, **A**ttaktivt, **R**elevant och **T**idsbestämt.

3. Kunder

Beskriv vilka som är er tänkta målgrupp. Vem är er typiska kund? Har ni många olika typer av kunder? Har de ett särskilt kön, en särskild ålder, eller ett särskilt yrke? Vilka köpvanor och köpkraft har de? Vilka behov har de som ditt företag ska tillgodose?

4. Marknad

Inom vilken marknads och bransch ska dina produkter eller tjänster säljas? Hur stor är er marknadsandel i antal kunder? I procent av hela marknaden? Hur bedömer du att marknaden kommer att utvecklas de kommande åren?

Vad gör du med din analys?



Analysen används både av nystartade företag och av redan etablerade företag som jobbar med förändring eller utveckling av sin verksamhet

En SWOT-analys handlar om att få insikt i sin verksamhet och att öppna ögonen både inåt och utåt.

- Lyft fram dina **styrkor**
- Jobba på dina **svagheter**
- Utforska dina **möjligheter**
- Bevaka dina **hot**

Resultatbudget

En resultatbudget är en sammanställning av företagets förväntade intäkter och kostnader och det förväntade resultatet för en viss period, till exempel ett år

1. Planera och fördela resurser
2. Kontrollera kostnader
3. Utvärdera prestation
4. Beslutsfattande

	Period 1	Period 2	Period 3	Period 4
Intäkter				
Försäljning produkter	90,000 kr	120,000 kr	130,000 kr	80,000 kr
Försäljning tjänster	110,000 kr	90,000 kr	80,000 kr	80,000 kr
Övrig försäljning	40,000 kr	40,000 kr	30,000 kr	50,000 kr
Andra intäkter	5,000 kr	10,000 kr	7,000 kr	3,000 kr
Summa intäkter	245,000 kr	260,000 kr	247,000 kr	213,000 kr

Kostnader				
Inköp av material och varor	20,000 kr	30,000 kr	35,000 kr	15,000 kr
Kostnader för lokaler	50,000 kr	50,000 kr	50,000 kr	50,000 kr
Hyra för lokaler	2,000 kr	2,000 kr	2,000 kr	2,000 kr
Kostnader för bil och resor	7,000 kr	6,000 kr	5,000 kr	5,000 kr
Företagsförsäkringar	2,000 kr	2,000 kr	2,000 kr	2,000 kr
Reklamkostnader	10,000 kr	15,000 kr	17,000 kr	7,000 kr
Löner för anställda	40,000 kr	40,000 kr	40,000 kr	40,000 kr
Kostnader för Internet	2,000 kr	2,000 kr	2,000 kr	2,000 kr
Kontorsmaterial	2,000 kr	2,000 kr	2,000 kr	2,000 kr
Försäljningskostnader	3,000 kr	4,000 kr	8,000 kr	3,000 kr
Andra personalkostnader	2,000 kr	10,000 kr	2,000 kr	1,000 kr
Sociala avgifter	12,568 kr	12,568 kr	12,568 kr	12,568 kr
Telefon	2,000 kr	2,000 kr	2,000 kr	2,000 kr
Övriga kostnader	3,000 kr	4,000 kr	5,000 kr	3,000 kr
Summa kostnader	157,568 kr	181,568 kr	184,568 kr	146,568 kr

Resultat före skatt	87,432 kr	78,432 kr	62,432 kr	66,432 kr
Bolagsskatt	10,000 kr	10,000 kr	10,000 kr	10,000 kr
Egenavgifter och personliga skatter	10,000 kr	10,000 kr	10,000 kr	10,000 kr
Resultat efter skatt	67,432 kr	58,432 kr	42,432 kr	46,432 kr

Likviditetsbudget

	Månad 1	Månad 2	Månad 3
Ingående behållning	50 000	57 000	71 000
Inbetalningar			
Betalningar från kunder	65 000	70 000	50 000
Övrigt			
Summa inbetalningar	65 000	70 000	50 000
Utbetalningar			
Lönekostnader	45 000	45 000	45 000
Skatter			
Kontorshyra	7 000	7 000	7 000
Leverantörsbetalningar	2 000		18 000
Räntor & armotering	3 000	3 000	3 000
Försäkringar	1 000	1 000	1 000
Eget uttag (enskild firma)			
Övrigt			
Summa utbetalningar	58 000	56 000	74 000
Inbetalningar minus utbetalningar	7 000	14 000	- 24 000
Utgående behållning	57 000	71 000	47 000

En likviditetsbudget visar om pengarna kommer att räcka till för att täcka periodens utbetalningar

Likviditetsbudgeten visar förväntade in- och utbetalningar

Tips:

1. Bra etablerad bankkontakt
2. Försök bygga en buffert
3. Planera när/hur du betalar
4. Planera när/hur du får betalt
5. Fakturera direkt
6. Öka antalet saljtilfällen

Frågor och funderingar?

Atrinova | Affärsutveckling



Stort tack för idag!

Glöm inte!!

www.atrinova.se

*Boka en tid för
enskild rådgivning
med Atrinova!*