#



# **AFFÄRSPLAN**

FÖRETAGETS NAMN

**DATUM**

# FT10 AFFÄRSPLAN FÖR BEFINTLIGT FÖRETAG

## Varje företagare har en affärsidé, men inte nödvändigtvis i skriftlig form. Med hjälp av denna arbetsbok kan varje företagare skriva sig en affärsplan. I arbetsboken hänvisar man till ifrågavarande teoripunkt, som underlättar användningen av arbetsboken. Med hjälp av planen för affärsverksamheten

* bedömer man företagarens personliga företagarförutsättningar
* definierar man företagsverksamhetens målsättningar och metoder
* beskriver man verksamhetsmiljön
* kartlägger man riskerna och funderar på sätt att undvika dem
* förutspår man avkastningar och kostnader
* bedömer man finansierings-, personal- m.fl. resursbehov

# Affärsplanens innehåll är följande:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | **UTFÖRT** |
| **1.** | **Analys av verksamhetsmiljö och konkurrenter** |  | ***[ ]***  |
| **2.** | **Konkurrentanalys** |  | ***[ ]***  |
| **3.** | **Vision och primära målsättningar** |  | ***[ ]***  |
| **4.** | **Verksamhets- och affärsidé**  |  | ***[ ]***  |
| **5.** | **Marknadsförings- och försäljningsplan** |  | ***[ ]***  |
| **6.** | **Produktions/inköpsplan (hur åstadkommer man produkterna/servicen?)** |  | ***[ ]***  |
| **7.** | **Personalplan** |  | ***[ ]***  |
| **8.** | **Produktutvecklingsplan (hur hålls produkter/tjänster konkurrenskraftiga?)** |  | ***[ ]***  |
| **9.**  | **Verksamhetsplan och uppföljningen av den** |  | ***[ ]***  |
| **10.** | **Bedömning av risker** |  | ***[ ]***  |
| **11.** | **Företagarnas personskildringar och målsättningar som företagare** |  | ***[ ]***  |

# BASUPPGIFTER OM FÖRETAGET

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Företagets namn      | Y-signum | Datum för grundandet |
| Företagets gatuadress | Postnummer | Postanstalt |
| Kontaktpersonens namn | Telefon och e-postadress |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Ägarnas namn  | Ställning i företaget | Ägarandel |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

**Mera exakta personsbeskrivningar i slutet av affärsplan.**

# SIFFERKODER

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Året 20XX | Året 20XX | Prognos för kommande år 20XX |
| Omsättning |  |  |  |
| Förändring av omsättning % |  |  |  |
| Räkenskapsperiodens result |  |  |  |
| Anställda personal |  |  |  |

# 1. ANALYS AV VERKSAMHETSMILJÖNse Företagstolken punkt 2.2

## Företagets bransch, produkt eller tjänst, vars verksamhetsmiljö och konkurrenter granskas

## Företagets placeringsort och marknadsområde, vars verksamhetsmiljö det är fråga om

### 1.1 Kundtyper, antalet kunder bland kundtyperna och kriterier för inköpsbeslut. Definiera branschens kundtyper och värderingen av dem då ett inköpsbeslut görs.

| Nr. | Kundtyp/-grupp | Antal | Kriterier för inköpsbeslut |
| --- | --- | --- | --- |
| **1.** |       |       |       |
| **2.** |       |       |       |
| **3.** |       |       |       |
| **4.** |       |       |       |
| **5.** |       |       |       |
| **6.** |       |       |       |
| **7.** |       |       |       |
| **8.** |       |       |       |

###      1.2 Varför, varifrån och hur anskaffar i punkt 1.1 nämnda kundtyper för tillfället sina produkter/sin service?

| Nr. | Varför anskaffa? | Varifrån och hur sker anskaffningarna? |
| --- | --- | --- |
| **1.** |       |       |
| **2.** |       |       |
| **3.** |       |       |
| **4.** |       |       |
| **5.** |       |       |

### 1.3 Är kundtyperna i punkt 1.1 köptrogna och vem besluter om inköpen (vem av familjemedlemmarna eller ur arbetsplatsens organisation, en inköpsring, ett förvaltningsorgan etc.). Antalet inköpsbeslut per år, per vecka?

| Nr. |  Vem besluter om ett inköp och hur ofta? | Kundtypens köptrohet? |
| --- | --- | --- |
| **1.** |       |       |
| **2.** |       |       |
| **3.** |       |       |
| **4.** |       |       |
| **5.** |       |       |

### 1.4 Håller i punkt 1.1 nämnda kunders köpbeteende på att ändras?

| Nr. | Förväntade ändringar i köpbeteende eller -preferenser |
| --- | --- |
| **1.** |       |
| **2.** |       |
| **3.** |       |
| **4.** |       |
| **5.** |       |

# 2. KONKURRENTANALYS 2.2

|  |
| --- |
| **Redogör konkurrenssituationen inom företagets bransch** (antalet konkurrenter, prisläget, marknadsföringssätt, användning av reklam)      |

## 1. KONKURRENT

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Konkurrentens namn och placeringsort      | Omsättning      | Marknadsandel       |
| Företagets starka sidor      | Företagets svaga sidor      |
| Annat som bör observerasAndra saker som inverkar på konkurrenternas verksamhet, såsom byte av ägare, behovet av investeringar, personalbyte, garantirisker, förändringar i trafikmiljön (i detaljhandeln), hyresavtalens varaktighet, representationernas fortbestånd osv. Bedöm också den ekonomiska situationen hos konkurrenterna efter att du först har införskaffat eventuella bokslutsuppgifter från Patent- och registerstyrelsen eller Asiakastieto.      |

## 2. KONKURRENT

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Konkurrentens namn och placeringsort      | Omsättning      | Marknadsandel       |
| Företagets starka sidor      | Företagets svaga sidor      |
| Annat som bör observeras      |

## 3. KONKURRENT

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Konkurrentens namn och placeringsort      | Omsättning      | Marknadsandel       |
| Företagets starka sidor      | Företagets svaga sidor      |
| Annat som bör observeras      |

**Bedöm dina överlägsenhetsfaktorer på basen av tidigare nämnda konkurrensanalys. Vilka är de egenskaper hos dina produkter/din service som beaktande kundanalysen ger dig möjligheter att lyckas. Varje företag bör ha någon överlägsenhetsfaktor!**

| Egenskap / överlägsenhetsfaktor | Nyttan för kunden |
| --- | --- |
|       |       |
|       |       |
|       |       |
|       |       |
|       |       |

# 3. VISION OCH HUVUDSAKLIGA MÅLSÄTTNINGAR 2.3

Vision 5 år framåt i tiden

Tänk dig en vision för ditt företag 5 år framåt i tiden från denna dag. Hurudan marknadsposition har det och hur stor är omsättningen? Hur stor personal har du? Definiera verbalt och med siffror.

Företagets huvudsakliga målsättningar efter 5 år

### Huvudsakliga målsättningar som hänför sig till företagets ekonomi

###

### Huvudsakliga målsättningar som hänför sig till produktionen dvs. processen

###

### Huvudsakliga målsättningar som hänför sig till kunderna

###

### Huvudsakliga målsättningar som hänför sig till personalen

# 4. VERKSAMHETS- OCH AFFÄRSIDÉ 2.4

### Företagets verksamhetsidé

Företagets affärsidé

|  |  |
| --- | --- |
| Behov / nytta för kunden                      | Image                     |
| Kundgrupper                     | Produkter                     |

|  |
| --- |
| Handlingssätt                     |

|  |
| --- |
| **RESURSER** |
| Fysiska                          | Ekonomiska                          | Mentala                          |

# 5. MARKNADSFÖRINGS- OCH FÖRSÄLJNINGSPLAN 2.5

MARKNADSFÖRING

### Vilka marknadsföringsredskap användas och hur stor del olika delar har

### Hur betonar man marknadsförening i olika årstid och hur ska reklam inriktingas?

### Marknadsbudget förra året (€ och %moms)? Beräknad marknadsbudget för det kommande året?

### Andvänding av reklambyrå? Vem ska förhandla reklamplatser och vem sak göra reklamer?

### Hur upphåller ni relationer till media?

### Hur upphåller ni relationer till intressegrupper?

### Hur utnyttjar företag social media?

### Andra framtida marknadsåtgärder?

Kampanjer, mässor, produktsutställningar, social media osv.

FÖRSÄLJNING

### Hur har du organiserat företagsförsäljningen?

### Hur produkter / tjänster säljas i praktiken?

KARTLÄGGNING AV KUND

### Klarlägg i det följande din kundkrets

|  | **Den viktigaste kunden eller kundgruppen** | **Den näst viktigaste** | **Övriga kunder** | **Uppskattad omsättning totalt/ 1. året** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Viktigaste produkt/tjänst, vilken?      |       |       |       |       |
| Näst viktigaste produkt/tjänst, vilken?      |       |       |       |       |
| Övriga produkter/ tjänster, vilka?      |       |       |       |       |
| Uppskattad omsättning totalt /1. året  |       |       |       |       |

### Definiera tre försäljningsargument, dvs. –påståenden för en produkt/en service, enligt vilka det skulle löna sig för kunden att köpa av ditt företag?

|  | Produkt 1 | Produkt 2 | Produkt 3 |
| --- | --- | --- | --- |
| **1** |       |       |       |
| **2** |       |       |       |
| **3** |       |       |       |
| **4** |       |       |       |
| **5** |       |       |       |
| **6** |       |       |       |

### Klarlägg ditt företags prissättningsprinciper och försäljningsvillkor

|  |  |
| --- | --- |
| Produkt | Prissättningsgrund / försäljningsvillkor |
|       |       |
|       |       |
|       |       |
|       |       |
|       |       |
|       |       |
|       |       |

# 6. ORGANISERING AVPRODUKTION OCH LEVERANS 2.6

### Organisering av produktionen och anskaffning av produktionsmedlen?

### Råvaroanskaffning, försäljningslager etc.? I hurudana rater sker beställningarna?

### Storlek av lokaliteter, vem ägnar, månadskostnad, renoveringsbehov?

### Hur levereras produkterna åt kunden?

### Hur ordnas ”kontorsproduktionen” (offerter, fakturering, bokföring, beställningar, betalning av räkningar, indrivning, löner)?

### Hur följer man med produktionens effektivitet, utgifter för material, svinn, arbetsåtgång etc.?

# 7. PERSONALPLAN 2.7

### Hurudan arbetskraft behövs? Hur får man arbetskraft?

### Hur upprätthåller du personalens arbetsmotivation? Vad grundar sig lönesättningen på?

### Hur utvecklar du personalens yrkesskicklighet?

# 8. PRODUKTUTVECKLINGSPLAN 2.8

### Hurudan produktutvecklingspolitik har man för avsikt att upprätthålla? Hur gör man produktutveckling i praktiken?

### Behövs produktskydd? Om det behövs, hurudant och när?

# 9. EKONOMISKA KALKYLER 2.9

### Företagets kalkyler görs med FT22 Det aktiva företagsresultplan

# 10. BEDÖMNING AV RISKER 2.10

### 10.1 Vilka egendomsrisker förekommer i er verksamhet och vilken effekt har de på företagsverksamheten om de förverkligas?

| Egendom | Formen på skadan | Inverkan på företagsverksamheten |
| --- | --- | --- |
|       |       |       |
|       |       |       |
|       |       |       |
|       |       |       |
|       |       |       |

**Hur riskerna minimeras:**

### 10.2 Vilka personrisker förekommer i er verksamhet och vilken är effekten om de förverkligas?

| Personens namn och uppgift | Formen på skadan | Inverkan på företagsverksamheten |
| --- | --- | --- |
|       |       |       |
|       |       |       |
|       |       |       |
|       |       |       |
|       |       |       |

**Hur riskerna minimeras:**

### 10.3 Vilka produktansvarsrisker förekommer i er verksamhet och vilken är effekten om de förverkligas?

| Produktansvar och därav förorsakad risk | Inverkan på företagsverksamheten |
| --- | --- |
|       |       |
|       |       |
|       |       |
|       |       |

**Hur riskerna minimeras:**

### 10.4 Vilka andra risker förekommer i er verksamhet och vilken är effekten om de förverkligas?

|  Beskrivning av en riskhändelse | Inverkan på företagsverksamheten |
| --- | --- |
|       |       |
|       |       |
|       |       |
|       |       |

**Hur riskerna minimeras:**

### 10.5 Swot – analys

| Styrkor (egna, interna, nu) | Svagheter (egna, interna, nu) |
| --- | --- |
|       |       |
|       |       |
|       |       |
|       |       |
|       |       |
|       |       |
|       |       |

| Möjligheter (externa, i framtiden) | Risker/hot (externa, i framtiden) |
| --- | --- |
|       |       |
|       |       |
|       |       |
|       |       |
|       |       |
|       |       |
|       |       |

| Hur drar man nytta av de starka sidorna? | Hur undviker man svaga sidor? |
| --- | --- |
|       |       |
|       |       |
|       |       |
|       |       |
|       |       |
|       |       |
|       |       |

| Hur försäkrar man sig om att möjligheterna förverkligas? | Hur avlägsnar eller lindrar man hot? |
| --- | --- |
|       |       |
|       |       |
|       |       |
|       |       |
|       |       |
|       |       |
|       |       |

# 11. PERSONBESKRIVNINGAR AV FÖRETAGARNA OCH MÅLSÄTTNINGARNA SOM FÖRETAGARE

## FÖRETAGARE Företagarens namn

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Roll i företaget      | Personsignum      | Andel av företaget eller penninginsats      |
| Företagarens gatuadress      | Postnummer      | Postanstalt |

### Arbetserfarenhet (den senaste först)

| Arbetsgivarens namn | Tjänstgöringstid | Uppgift |
| --- | --- | --- |
| Den senaste först |       |       |
|       |       |       |
|       |       |       |
|       |       |       |
|       |       |       |

##  Skolning och kurser

| Läroanstalt | Skolningstid | Lärdomsgrad, kursens tema etc. |
| --- | --- | --- |
| Den senaste först |       |       |
|       |       |       |
|       |       |       |
|       |       |       |

### Bedöm tillräckligheten i din skolning och yrkesskicklighet med tanke på företagsverksamheten. Inom vilka delområden behöver du utvecklas och hur har du för avsikt att skaffa dig den?

### Dina personliga målsättningar som företagare

Hurudana mentala och ekonomiska målsättningar uppställer du för dig själv och vad förutsätter du av en eventuell bolagskompanjon?

### Vad är det som får dig att bli företagare just nu? Vilka är de personliga egenskaper som gör att du tror att du kommer att vara framgångsrik som företagare?

## FÖRETAGARE Företagarens namn

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Roll i företaget      | Personsignum      | Andel av företaget eller penninginsats      |
| Företagarens gatuadress      | Postnummer      | Postanstalt |

### Arbetserfarenhet (den senaste först)

| Arbetsgivarens namn | Tjänstgöringstid | Uppgift |
| --- | --- | --- |
| Den senaste först |       |       |
|       |       |       |
|       |       |       |
|       |       |       |
|       |       |       |

##  Skolning och kurser

| Läroanstalt | Skolningstid | Lärdomsgrad, kursens tema etc. |
| --- | --- | --- |
| Den senaste först |       |       |
|       |       |       |
|       |       |       |
|       |       |       |

### Bedöm tillräckligheten i din skolning och yrkesskicklighet med tanke på företagsverksamheten. Inom vilka delområden behöver du utvecklas och hur har du för avsikt att skaffa dig den?

### Dina personliga målsättningar som företagare

Hurudana mentala och ekonomiska målsättningar uppställer du för dig själv och vad förutsätter du av en eventuell bolagskompanjon?

### Vad är det som får dig att bli företagare just nu? Vilka är de personliga egenskaper som gör att du tror att du kommer att vara framgångsrik som företagare?

## FÖRETAGARE Företagarens namn

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Roll i företaget      | Personsignum      | Andel av företaget eller penninginsats      |
| Företagarens gatuadress      | Postnummer      | Postanstalt |

### Arbetserfarenhet (den senaste först)

| Arbetsgivarens namn | Tjänstgöringstid | Uppgift |
| --- | --- | --- |
| Den senaste först |       |       |
|       |       |       |
|       |       |       |
|       |       |       |
|       |       |       |

##  Skolning och kurser

| Läroanstalt | Skolningstid | Lärdomsgrad, kursens tema etc. |
| --- | --- | --- |
| Den senaste först |       |       |
|       |       |       |
|       |       |       |
|       |       |       |

### Bedöm tillräckligheten i din skolning och yrkesskicklighet med tanke på företagsverksamheten. Inom vilka delområden behöver du utvecklas och hur har du för avsikt att skaffa dig den?

### Dina personliga målsättningar som företagare

Hurudana mentala och ekonomiska målsättningar uppställer du för dig själv och vad förutsätter du av en eventuell bolagskompanjon?

### Vad är det som får dig att bli företagare just nu? Vilka är de personliga egenskaper som gör att du tror att du kommer att vara framgångsrik som företagare?