



HF PROGRESS AB

Affärsutveckling och marknadsföring

# Bok 1

## Nulägesbeskrivning

**INNEHÅLL**

<b>DEFINITIONER</b>	<b>1</b>
Helhetssynen på affärer .....	2
Affärsutvecklingstrappan .....	3
Marknadsföring .....	4
Allmän definition .....	4
Bredare definition .....	4
Marknadsstrategi .....	5
Företagets nav .....	5
Marknadsstrategi .....	6
Definition .....	6
Marknadstaktik .....	7
Definition .....	7
Försäljning .....	8
Personlig .....	8
Mekanisk .....	8
<b>AFFÄRSIDÉ</b>	<b>9</b>
Affärsidé .....	10
Definition .....	10
Innehåll i affärsidé .....	11
Syfte med affärsidé .....	12
Uppbyggnad av en affärsidé .....	13
Uppgift .....	14
En affärsidé beskriver och definierar .....	14
Ditt företags affärsidé .....	15
Affärsidéformulering .....	17
Vår affärsidé lyder så här .....	17
<b>HOT/MÖJLIGHETER</b>	<b>19</b>
Övergripande hot/möjligheter .....	20
Externa .....	20
Interna .....	20
Uppgift .....	21
<b>STYRKA/SVAGHET</b>	<b>23</b>
Analys .....	24
Produkter .....	25
Produkter .....	26
Kunder .....	27
Konkurrenter .....	28

Försäljning.....	29
Produktion.....	30
Produktion.....	31
Lokaler och utrustning.....	32
Lokaler, utrustning .....	33
Inköp, lager .....	34
Inköp, lager .....	35
Personal.....	36
Organisation .....	37
Rutiner .....	38
Ekonomisk styrning .....	39
Företagsledning .....	40
Planering.....	41
Sammanfattning.....	42
Blankett, Resultaträkning .....	43
Blankett, Balansräkning.....	45
Blankett, Nyckeltal.....	47
<b><i>AFFÄRSOMRÅDEN</i></b> .....	<b>49</b>
Fastställande av affärsområden.....	50
Varor/tjänster – marknadssegment .....	51
Uppgift .....	52
Affärsområden .....	52
Uppgift .....	53
Omsättningsfördelning .....	53
Fastställande av marknadsandelar .....	54
Lönsamhet.....	55
Fastställande av tillväxtpotential .....	56
Övningsexempel.....	57
Affärsområden .....	58
Omsättningsfördelning i miljoner kr .....	59
Fastställande av marknadsandelar .....	60
Lönsamhet.....	61
Fastställande av tillväxtpotential .....	62
<b><i>PRODUKT/PRODUKTUTVECKLING</i></b> .....	<b>63</b>
Definition av produkt.....	64
Behovsanpassade produkter.....	65
Produkternas funktioner .....	66
Produkt.....	67
Klassificering .....	67
Produktplanering.....	68
Produktpolitik.....	68

Produktutveckling .....	68
Varför misslyckas nya produkter? .....	69
När lägger man ned en produkt? .....	70
Varan .....	71
Ursprungsbeteckningar och varumärken .....	71
Förpackning .....	71
En produkts livscykel .....	72
<b><i>MARKNADS – KÄNNEDOM</i></b> .....	<b>73</b>
Marknadskännedom .....	74
<b><i>MARKNADEN – KUNDER</i></b> .....	<b>75</b>
Definition av marknaden .....	76
Behov .....	77
Individens .....	77
Företagets .....	77
Efterfrågan .....	78
Marknaden .....	79
Konsumentmarknaden .....	79
Den professionella marknaden .....	79
Uppgift .....	80
Kunskap om kunden .....	80
Kundrelationer .....	82
Kundanalys .....	83
<b><i>MARKNADEN – KONKURRENTER</i></b> .....	<b>87</b>
Konkurrenter .....	88
Att lära om konkurrenter .....	88
Att lära av konkurrenter .....	88
Kommunicera med konkurrenter .....	88
Uppgift .....	89
Din konkurrenskraft - Dina konkurrensmedel .....	89
Analys av konkurrentskrafter .....	90
Konkurrensmedel .....	91
Konkurrentanalys .....	92
Checklista .....	92
Hjälpformulär .....	93
Konkurrentbedömning .....	95
<b><i>MARKNADEN – LEVERANTÖRER &amp; DISTRIBUTÖRER</i></b> .....	<b>97</b>
Leverantörer .....	98
Distributionssystem .....	99

<b>KÖPPROCESSER</b>	<b>101</b>
Konsumentens beslutsprocess .....	102
Den professionella marknadens beslutsprocess .....	103
Faktorer och processer .....	104
– som styr kundens beteende i fråga om inköp .....	104
Offentlig upphandling .....	105
<b>SAMHÄLLSMILJÖ</b>	<b>107</b>
Samhällsmiljö .....	108
Marknadens spelregler .....	109
<b>BILAGA</b>	<b>111</b>
Åtgärdsprogram med lönsamhetsanalys .....	112
Kostnader .....	113
Besparingar .....	114
Hjälpmall .....	115
– för utvärdering av framgångspotential i nya affärsområden .....	115

# *AFFÄRSIDÉ*

# **Affärsidé**

## **Definition**

- Hur och varför ett företag tjänar pengar.
- Det som skapar framgång i konkurrens med andra företag på marknaden.

## ***Innehåll i affärsidé***

Faktorer som stöder och samverkar till lönsam affärsverksamhet är:

- Marknad
- Produkter (varor/tjänster)
- Produktionssystem
- Mänskliga och organisatoriska resurser

Dessa faktorer och kombinationen av dem skapar "Företagets särpräglade kompetens".



## **Syfte med affärsidé**

- Riktlinje för allt affärsutvecklingsarbete.
- Samlar hela företaget i gemensam målsättning.
- Sammanfattar företagets "väsen" i externa kontakter med;
  - kunder
  - leverantörer
  - finansiärer
  - myndigheter
  - m m.

## ***Uppbyggnad av en affärsidé***

En bra affärsidé definierar och beskriver:

- Marknadens behov
- Marknadens område
- Produkter (varor/tjänster)
- Särpräglad kompetens

## Uppgift

1. Du ska i den här uppgiften diskutera, identifiera och formulera ditt företags affärsidé.
2. Sedan skriver du ner den med hjälp av vägledningen på nästa sida.

### En affärsidé beskriver och definierar

#### Marknadens behov

Beskrivning av de behov på marknaden som vi tillgodoser med våra produkter (varor/tjänster). Man kan säga att vi med våra produkter (varor/tjänster) fyller en funktion på marknaden.

#### Marknadens område

En marknad kan vara ett geografiskt område t ex "Norra Sverige, Nordnorge och Island". Marknaden kan även definieras som t ex "personer/företag som är återkommande utomhusutställare på Noliämässan".

#### Produkter (varor/tjänster)

Här definierar vi vilka produkter (varor/tjänster) som vi producerar för att möta det behov som marknaden har. Vi talar bl a om ifall vi har en eller flera produkter.

#### Särpräglad kompetens

Här beskriver vi vad det är som gör att vi med våra produkter (varor/tjänster) framgångsrikt kan möta marknadsbehovet på de marknadsområden där vi arbetar.

Som exempel kan nämnas:

- En effektiv och annorlunda säljorganisation (bokklubb som säljer böcker på helt annorlunda sätt än traditionell bokhandel).
- Effektiv produktionsapparat (stordrift och produktion i långa serier till konkurrenskraftiga priser).
- Tekniskt systemkunnande (sättet att applicera produkten som säljs som "mjukvara" till produkten).

## ***Ditt företags affärsidé***

Definiera och beskriv enligt uppställningen ditt företags affärsidé och formulera sedan affärsidé på ett kort och lättförståligt sätt.

Det är en självklarhet att affärsidéformuleringen i ett normalt företag innehåller en passus som stadfäster att företaget ska vara lönsamt.

Vi möter marknadens behov och fyller funktionen att:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Vårt marknadsområde är

---

---

---

---

Vi levererar/tillhandahåller följande produkter (varor/tjänster):

---

---

Vår särpräglade kompetens är:

---

---

---

---

## ***Affärsidéformulering***

**Vår affärsidé lyder så här**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---