



HF PROGRESS AB

Starta eget

Bok 1

Nulägesbeskrivning Interna, externa förutsättningar

Innehåll

DEFINITIONER	1
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
FÖRETAGARROLLEN	9
Kännetecken	11
Några kännetecken hos de individer vars företag utvecklats positivt	11
Motivation och drivkraft	12
Personliga egenskaper	13
Branscherfarenhet	14
Att inhämta kunskap om branschen "utifrån"	15
Dessa ska jag kontakta för att få mer kunskap om branschen	16
Erfarenhet av företagande	17
Positiv livssituation vid företagsstarten	18
Startmotiv	19
Förekomst av förebild	20
Personliga mål för företagandet	21
Livspartner med positiv inställning	22
Omgivningens stöd	23
AFFÄRSIDÉ	25
Affärsidé	26
Definition	26
Innehåll i affärsidé	27
Syfte med affärsidé	28
Uppbyggnad av en affärsidé	29
Uppgift	30
En affärsidé beskriver och definierar	30

Ditt företags affärsidé	31
Affärsidéformulering	33
Vår affärsidé lyder så här	33
<i>HOT/MÖJLIGHETER</i>	35
Övergripande hot/möjligheter	36
Externa	36
Interna	36
Uppgift	37
<i>AFFÄRSOMRÅDEN</i>	39
Fastställande av affärsområden	40
Varor/tjänster – marknadssegment	41
Uppgift	42
Affärsområden	42
Uppgift	43
Omsättningsfördelning	43
Fastställande av marknadsandelar	44
Lönsamhet	45
Fastställande av tillväxtpotential	46
Övningsexempel	47
Affärsområden	48
Omsättningsfördelning i miljoner kr	49
Fastställande av marknadsandelar	50
Lönsamhet	51
Fastställande av tillväxtpotential	52
<i>PRODUKT/</i>	
<i>PRODUKTUTVECKLING</i>	53
Definition av produkt	54
Behovsanpassade produkter	55
Produkternas funktioner	56
Produkt	57
Klassificering	57
Produktplanering	58
Produktpolitik	58
Produktutveckling	58
Varför misslyckas nya produkter?	59
När lägger man ned en produkt?	60
Varan	61
Ursprungsbeteckningar och varumärken	61

Förpackning.....	61
En produkts livscykel.....	62
MARKNADS	
– KÄNNEDOM	63
Marknadskännedom.....	64
MARKNADEN	
– KUNDER	65
Definition av marknaden.....	66
Behov.....	67
Individens.....	67
Företagets.....	67
Efterfrågan.....	68
Marknaden.....	69
Konsumentmarknaden.....	69
Den professionella marknaden.....	69
Uppgift.....	70
Kunskap om kunden.....	70
Kundrelationer.....	72
Kundanalys.....	73
MARKNADEN	
– KONKURRENTER	77
Konkurrenter.....	78
Att lära om konkurrenter.....	78
Att lära av konkurrenter.....	78
Kommunicera med konkurrenter.....	78
Uppgift.....	79
Din konkurrenskraft - Dina konkurrensmedel.....	79
Analys av konkurrenskrafter.....	80
Konkurrensmedel.....	81
Konkurrentanalys.....	82
Checklista.....	82
Hjälpformulär.....	83
Konkurrentbedömning.....	85
MARKNADEN	
– LEVERANTÖRER & DISTRIBUTÖRER	87
Leverantörer.....	88

Distributionssystem	89
<i>KÖPPROCESSER</i>	91
Konsumentens beslutsprocess	92
Den professionella marknadens beslutsprocess	93
Faktorer och processer	94
– som styr kundens beteende i fråga om inköp	94
Offentlig upphandling	95
<i>SAMHÄLLSMILJÖ</i>	97
Samhällsmiljö	98
Marknadens spelregler	99

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
