HF PROGRESS AB

Affärsutveckling och marknadsföring

Bok 1

Nulägesbeskrivning

HF PROGRESS AB	*Postadress*	*Telefon*	*Webb*	*E-mail*	*Bankgiro*
Affärsutveckling	•Hägglundsgatan 8 A, 2 tr	070-662 23 73	www.hf-progress.se	info@hf-progress.se	218-8480
Internationalisering	S-931 40 Skellefteå, Sweden	0910-72 44 77			
Medarbetarutveckling	•North Bothnia office, Storgatan 7				
	S-972 38 Luleå, Sweden				

Affärsutveckling och marknadsföring – nulägesbeskrivning,

Författare Håkan Forsström
Layout och textredigering Karin Johansson
Reviderad av Josef Svanström

COPYRIGHT

© HF PROGRESS AB
Mångfaldigande av innehållet i denna dokumentation, helt eller delvis, är enligt lagen om upphovsrätten förbjudet utan skriftligt medgivande från HF PROGRESS AB.
Förbudet gäller varje form av mångfaldigande genom tryckning, kopiering, bandinspelning, etc.

Affärsutveckling och marknadsföring – Nulägesbeskrivning
Utg. 01 2004-02-08

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

AFFÄRSIDÉ 9

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

HOT/MÖJLIGHETER 19

Övergripande hot/möjligheter 20
Externa 20
Interna 20
Uppgift 21

STYRKA/SVAGHET 23

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

AFFÄRSOMRÅDEN 49
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

PRODUKT/PRODUKTUTVECKLING 63
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

MARKNADS – KÄNNEDOM 73
Marknadskännedom 74

MARKNADEN – KUNDER 75
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

MARKNADEN – KONKURRENTER 87
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

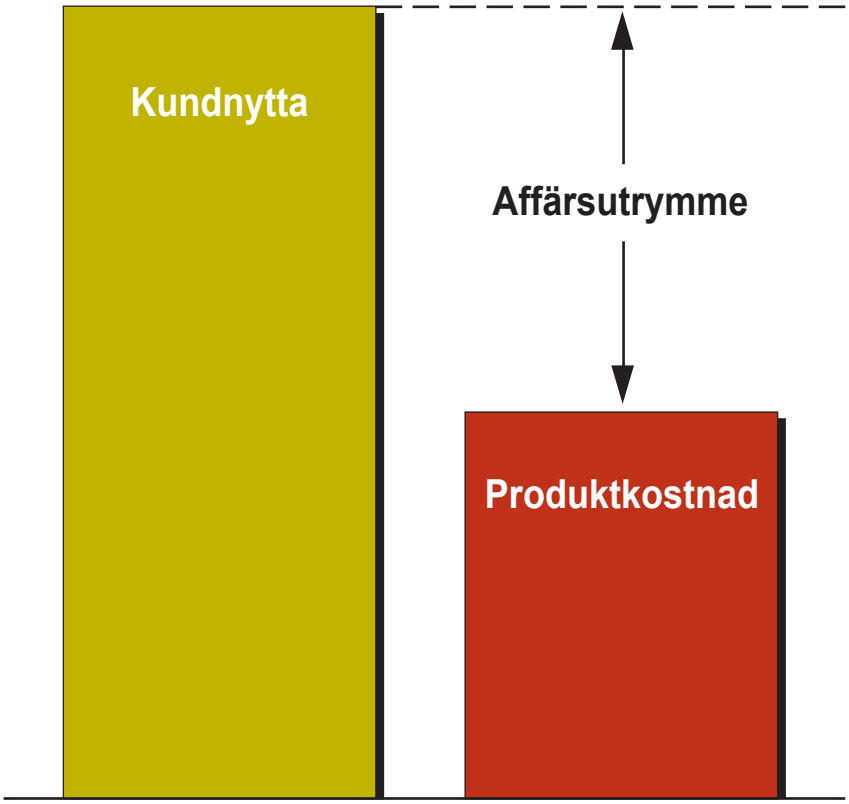
MARKNADEN – LEVERANTÖRER & DISTRIBUTÖRER 97
Leverantörer 98
Distributionssystem 99

KÖPPROCESSER 101
Konsumentens beslutsprocess 102
Den professionella marknadens beslutsprocess 103
Faktorer och processer 104
– som styr kundens beteende i fråga om inköp 104
Offentlig upphandling 105

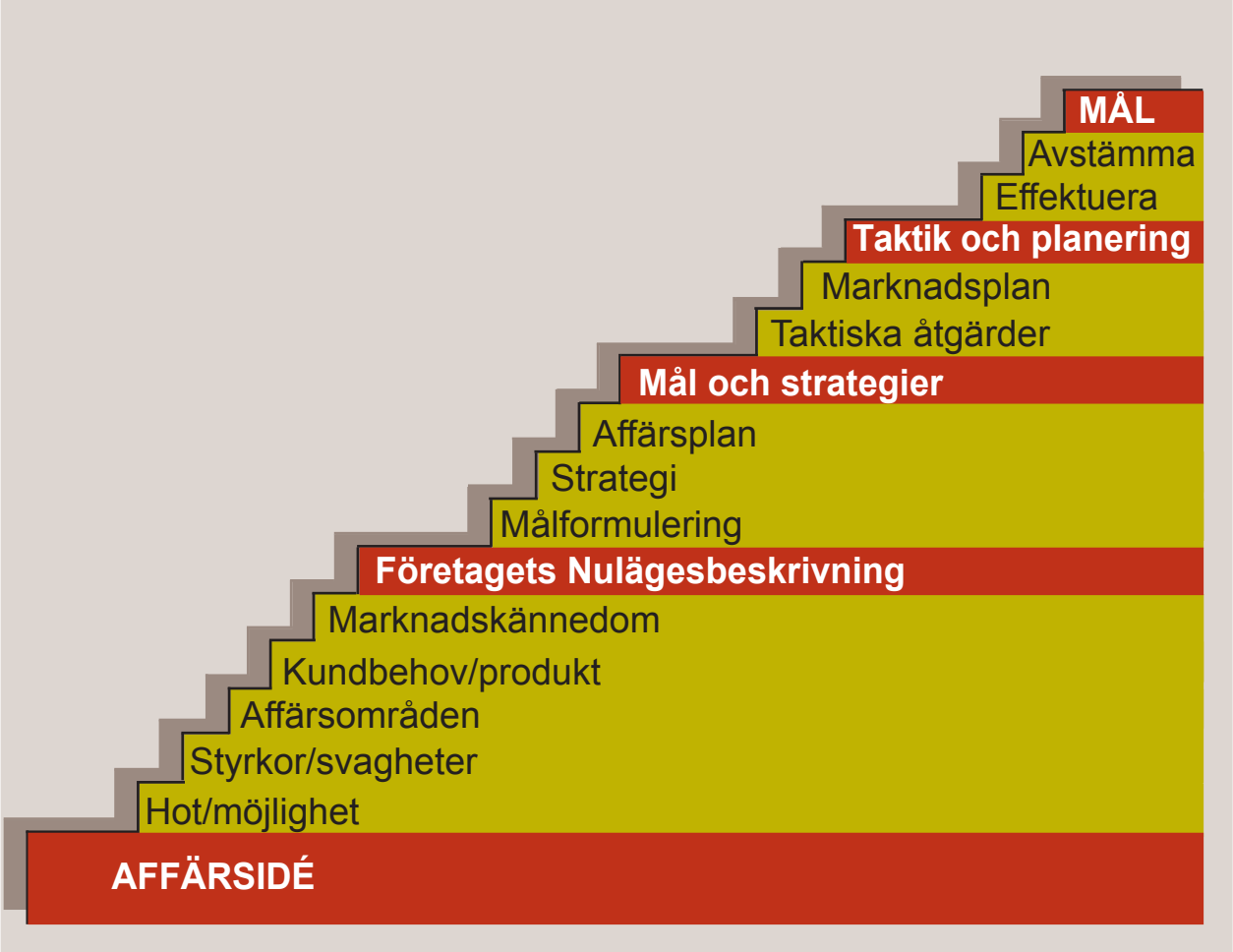
SAMHÄLLSMILJÖ 107
Samhällsmiljö 108
Marknadens spelregler 109

BILAGA 111
Åtgärdsprogram med lönsamhetsanalys 112
Kostnader 113
Besparingar 114
Hjälpmall 115
– för utvärdering av framgångspotential i nya affärsområden 115

Helhetssynen på affärer



Affärsutvecklingstrappan



© HF PROGRESS 1202

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 Noliamässan”.

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).

© HF PROGRESS 1202

Ditt företags affärsidé

Definiera och beskriv enligt uppställningen ditt företags affärsidé. Låt innehållet gärna bli flödigt. Du sammanfattar och förkortar senare. Ibland kan det vara klokt att först arbeta fram en affärsidé för respektive affärsområde (AO), och sedan sammanfatta i en övergripande affärsidé.

1. Vi möter marknadens behov och fyller funktionen att:

2. Vårt marknadsområde är

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

4. Vår särpräglade kompetens är:

Affärsidéformulering

Vår affärsidé lyder så här

Formulera nu affärsidén på ett kort, sammanfattande och lättförståligt sätt. Det är en självklarhet att affärsidéformuleringen i ett normalt företag innehåller en passus som stadfäster att företaget ska vara lönsamt.