HF PROGRESS AB

Affärsutveckling och marknadsföring

Bok 3

Mål och strategi

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 – Mål och strategi

Layout och textredigering till materialet är gjord av Karin Jonsson Skellefteå,
i samarbete med HF PROGRESS AB, Håkan Forsström.
Reviderad 2012 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 – Mål och strategi
Utg. 01 2004-02-08

Innehåll

Sammanfattning Nulägesbeskrivning 1
Sammanfattning av nulägesbeskrivning 2

Mål 5
Övergripande målsättning för företaget 6
Personlig målsättning 7

Strategival 9
Vägvalet 10
Affärsstrategiska modeller 11
Nulägesalternativet 11
Offensiv strategi 12
Defensiv strategi 13
Utformning av strategi 14

Affärsplanen 15
Affärsplanens användning 16
Affärsplanens innehåll 17
Affärsidé 17
Långsiktiga mål (3 år) 18
Kortsiktiga mål (1 år) 18
Produkten 19
Resursanalys 20
Organisation 21
Affärsmiljö 22
Samhällsmiljö 23
Kritiska händelser 24
Styrka/svagheter 24
Budgets 25
Aktiviteter 25
Grafiskt sammanfattad affärsplan 26

© HF PROGRESS 1202

Affärsplanen

Affärsplanens användning

- Företagets interna styrdokument för utveckling av företaget.
- Ledningens arbetsplan förankrad hos styrelse och ägare.
- Information och del av beslutsunderlag för finansiärer.
- Information till leverantörer i samband med leverantörsförhandlingar.
- Konfidentiellt dokument med avseende på kunder och konkurrenter.

Affärsplanens innehåll

Affärsidé

Här redogör du för din utarbetade affärsidé. Den skall vara kort och tydlig. Den som läser den ska kunna förstå "själen" i ditt företag.

Den beskriver vilka behov ditt företag tillmötesgår på marknaden, definierar dina produkter och ditt marknadsområde samt beskriver ditt företags särpräglade kompetens, d v s vad är det som gör att kunderna kommer att välja ditt företag som leverantör i stället för att gå till en kollega till dig.

Långsiktiga mål (3 år)

1 Verksamhetsmål
- ändamål, syfte med verksamheten

2 Strategimål, exempel
- vilken marknadsposition du ska uppnå (marknadsandelar)
- profilering (hur du vill bli uppfattad på marknaden)
- nya produkter
- nya affärsområden
- etc

Kortsiktiga mål (1 år)

- delmål för år 1

Produkten

Definiera dina produkter (varor eller tjänster). Beskriv vad som är nytt, unikt och bättre jämfört med vad som redan finns på marknaden. Vilka är fördelarna för kunden? Vilka är utvecklings-möjligheterna på sikt?

Resursanalys

Här följer några exempel på resurser. Tänk efter, vilka resurser har du att tillgå.

1 Produktion (även lokaler, utrustning)

2 Teknik

Om du exempelvis kommer att använda någon speciell teknik i tillverkning, beskrivs det här.

3 Personal

Den kunskap, erfarenhet m m som din personal och (även du själv) har i ditt företag.

4 Ekonomi

Om du har tillgång till goda ekonomiska resurser, beskriv i så fall dessa här.

5 Leverantörer

Viktiga leverantörer som du knutit upp.

6 Etc. etc.

Organisation

Så snart man är fler än en person i ett företag, gäller det att fördela arbetsuppgifter, ansvar och befogenheter. Beskriv hur fördelningen är exempelvis genom ett enkelt organisationschema.

Affärsmiljö

Denna rubrik är mycket central i företagets affärsplan. Här beskrivs vad du har fått fram i dina marknadsundersökningar. Den som läser affärsplanen, vill i denna del få en sammanfattande bild av varför du tror dig komma att lyckas i samspelet mellan alla aktörer på marknaden, d v s kunder, konkurrenter, leverantörer och distributörer. Redogör för *varje* affärsområde.

1 Kunder

Beskriv vilka dina kunder är, var, hur många, deras behov, hur stor omsättning på marknaden är, dina framtida marknadsandelar, hur deras behov utvecklas framgent, hur din idealkund ser ut, deras beslutsprocesser etc etc (se kundanalysformulär) .

2 Konkurrenter

Beskriv vilka de är, deras affärsidé, styrkor/svagheter, produktsortiment, omsättning, lönsamhet, marknadsandelar etc etc (se konkurrentanalys).

3 Distribution

Beskriv hur du kommer att distribuera dina produkter, direkt till slutkund, via grossister, återförsäljare, agenter? Vilka är dom, deras marknadsposition etc. Hur arbetar dina kollegor etc.

4 Leverantörer

Vilka är dina leverantörer? Finns det alternativa leverantörer? Leverantörernas styrkor/svagheter, avtal, uppbackning stöd etc.

© HF PROGRESS 1202

Samhällsmiljö

Vilka av de nedanstående faktorerna påverkar din affärsverksamhet? Beskriv hur, tänkbara framtida förändringar, hur du ska hålla dig a´jour med vad som händer etc.

1 Ekonomisk/politisk miljö

2 Juridisk miljö

3 Social och kulturell miljö

4 Industriell miljö

5 Infrastruktur

Kritiska händelser

Externa/interna hot
Beskriv de externa och interna nuvarande och framtida hot som din affärasverksamhet är föremål för. Genom att formulera dessa bygger du in en beredskap att hantera dem.

Styrka/svagheter

Sammanfatta de styrkor och svagheter du har fått fram i styrka/svaghetsanalysen.

Budgets

1 Investeringsbudget

2 Rörelsekapitalbudget

3 Likviditetsbudget, första 6 mån alternativt första 12 mån

4 Resultatbudget, för varje år de tre första åren

5 Finansieringsplan

Aktiviteter

Redogör för de huvudaktiviter som du kommer att genomföra under affärsplanens tidsrymd. När skall aktiviteten startas, vara klar, kostnad och resultat.

Gör även en enkel marknadsplan för de närmaste 12 månaderna som redogör för vilka marknadsföringsaktiviteter du kommer att genomföra, när aktiviteten startas, avslutas, kostnad och budgeterat resultat