

Så skriver du en affärsplan.
För företag som vill växa.



Hus bygger man efter ritning. Företag efter affärsplaner.

En affärsplan är ett dokument som beskriver företagets verksamhet, dess omvärld och de ekonomiska förutsättningar som gäller. Den tar också upp hur du tänkt gå vidare och vilka resurser detta kräver. Detta är en vägledning i konsten att skriva affärsplaner. Du kommer säkert att finna att vissa rubriker och punkter inte passar för din verksamhet och att andra kan behöva läggas till. Det är helt i sin ordning. Omfånget på en affärsplan varierar också – från några sidor för det lilla företaget till ett grundligt och omfattande dokument för det större.

Gör inte misstaget att försöka utforma affärsplanen efter vad du tror finansörerna vill ha. Det är i första hand för din egen skull du gör planen. Utgå från din egen övertygelse, dina idéer och visioner – men var realistisk. Affärsplanen ska hålla för en ordentlig genomlysning.

DEL 1. DEN VERBALA BESKRIVNINGEN.

Företagets bakgrund och verksamhet.

Här ger du aktuella data om företaget, exempelvis:

- Namn, adress, organisationsnummer, telefon, fax, e-post m.m.
- Antal anställda.
- Aktiekapital.
- Ägare.
- Bankförbindelse.
- Revisor.

Beskriv kortfattat företagets historia, vilken bransch ni jobbar i och hur det ser ut i branschen. Hur ser företagets organisation ut? Vem sitter exempelvis i styrelse och ledningsgrupp? Beskriv personerna och ge även en allmän bild av företagets personal vad gäller ålder, utbildning, yrkeserfarenhet, starka och svaga sidor. Ange också vilka eventuella avtal

som finns mellan företaget och de olika personerna.

Affärsidén.

Den är grunden i företagandet och beskriver företagets verksamhet. Besvara frågorna:

- Vad det är vi säljer? (Produkter, tjänster, kunskap.)
- Vem säljer vi till? (Beskriv olika kundgrupper.)
- Hur säljer vi? (Direkt till slutkund, via försäljningskanaler.)
- Hur marknadsför vi oss? (Personlig försäljning, mässor, annonser.)
- Vilka kundbehov tillfredsställer vi? Något unikt i vårt erbjudande?
- Affärsidéns starka/svaga sidor.

Beskriv också företagets mål och din strategi att nå dessa mål.

Produkterna/tjänsterna.

Ge en mer detaljerad information om det du säljer – och det du vill sälja – till kunderna. Beskriv produkter, tjänster, sortiment. Komplettera gärna med bilder, tekniska presentationer eller ritningar. Finns patent, mönsterskydd eller varumärkesansökan?

Vilka är produkternas/tjänsternas användningsområden? Är produkten/tjänsten färdig-

utvecklad eller återstår något arbete? Hur ser konkurrenternas produkter/tjänster ut? Finns lagar och förordningar som skapar möjligheter eller hinder? Är du beroende av licenser eller avtal? Vilka risker finns med ditt projekt?

Produktionen.

Kommer du att ha egen tillverkning/egna tjänster, köpa in från legotillverkare eller bygga affärsidén på att du köper färdiga produkter/tjänster?

Under denna rubrik beskriver du hur produkterna/tjänsterna färdigställs. Har du egen tillverkning beskriver du hur den går till och hur logistik och organisation ser ut. Hur är det med lokaler, maskiner och övrig utrustning – håller de måttet eller behövs förändringar och nyinvesteringar? Ange när och med vad.

Andra frågor kan vara lokalens läge, om myndigheterna måste godkänna den, vilka leverantörer du har och hur pass beroende du är av speciella leverantörer.

Marknaden.

Att noga beskriva marknaden är en mycket viktig del i affärsplanen. Hur marknaden tar emot ditt erbjudande är avgörande för hur ditt företag ska lyckas.

Beskriv noga den marknad du arbetar – eller ska arbeta – på. Hur stor är den? Hur utvecklas totalmarknaden och den del som berör dig? Finns statistik eller andra säkra marknadsdata? Hur ser de framtida marknadsutsikterna ut? Vilka trender finns? Hur stark är konkurrensen?

Beskriv också dina kunder – typkunder, namn på verkliga kunder och potentiella kunder. Visa på de olika kundgrupper du vänder dig till, hur du når dem, vad de efterfrågar, deras ekonomi och framtidsutsikter.

Använder du dig av mellanled (exempelvis återförsäljare) eller samarbetspartners för att marknadsföra dina produkter eller tjänster? I så fall beskriver du dessa.

Därefter är det dags att titta på dina konkurrenter. Försök att betrakta dem med neutrala ögon och utgå från att de är lika kreativa i sin affärsutveckling som du själv. Vilka är de? Hur stora marknadsandelar har de jämfört med ditt företag? Vilken utveckling har de haft och förväntas de få? Är de certifierade inom kvalitet och miljö? Vilka är deras styrkor och deras svagheter?

När det gäller marknaden finns många frågor som du bör ha svar på. Har du inga tillförlitliga svar, så lägg ned tid på att försöka ta fram dem. Ju mer du vet om förutsättningarna på marknaden och dina konkurrenters agerande, styrkor och svagheter, desto lättare har du att lotsa ditt projekt och ditt företag till framgång.

Kvalitet och miljö.

Är företaget certifierat vad gäller kvalitet och miljö? Beskriv var ni står i detta arbete, vilka planer ni har. Hur ser man på dessa frågor i branschen? Vilka krav känner ni från exempelvis kunderna? Krävs det miljötillstånd för verksamheten?

DEL 2. DEN EKONOMISKA PLANEN.

Här ger du fakta kring företagets ekonomiska ställning och de beräkningar du gjort kring din investering. Bifoga dessutom de senaste årsredovisningarna.

Följande rubriker kan vara lämpliga att ha med i det ekonomiska materialet:

- *Beskrivning av investeringen.*
- *Behov av rörelsekapital.*
- *Resultatbudget för två år.*
- *Budgeterad balansräkning.*
- *Likviditetsbudget.*
- *Eventuella produktkalkyler.*
- *Önskad finansieringsbild.*

Varför är affärsplanen så viktig?

Det finns minst två goda skäl att göra en affärsplan. För det första för att du ska kunna bedöma om din affärs- eller projektidé håller. För det andra för att övertyga dina finansiärer.

För att du själv ska veta att du har kontroll på helheten.

Affärsplanen är logiskt uppbyggd och täcker alla områden i företaget, även sådana som du kanske inte tänkt på. Den bygger på de fakta och antaganden som krävs för att verksamheten ska ge ett bestämt resultat. I arbetet tvingas du tänka igenom hela verksamheten i företaget och klä den i rimliga siffror. Du får en plan som beskriver hela projektet.

För att visa finansiärerna en genomtänkt plan.

Genom att presentera en realistisk och väl genomarbetad affärsplan för finansiärerna, kan du påverka deras beslut. Oftast är affärs-

planen en förutsättning för att finansiärerna ska yttra sig eller ta ställning till en finansieringsförfrågan.

Med hjälp av affärsplanen:

- *underlättar du för finansiärerna att sätta sig in i verksamheten,*
- *ger du dem en bild av hur företaget verkar och i vilken miljö,*
- *underlättar du kommunikationen med dem,*
- *ökar du på ett avgörande sätt din trovärdighet.*

Ytterligare information och mallar för ekonomiska beräkningar finner du på vår hemsida www.almi.se.