

SÅ SKRIVER DU EN AFFÄRSPLAN

Definiera din idé, din vision och identifiera
dina kunder och din marknad.



AFFÄREN BEHÖVER EN PLAN

Många i affärsvärlden pratar om affärsplaner. Vad de menar med en affärsplan kan däremot vara väldigt olika. En affärsplan kan vara allt ifrån ett långt textdokument på 100 A4-sidor till en Powerpoint-presentation på ett par sidor.

Om du ska skriva en affärsplan är det viktigt att du först ställer dig tre grundläggande frågor:

- Vad ska jag ha den till?
- Vilket format ska den vara i?
- Vad ska den innehålla?

Svaret på den första kommer att påverka svaret på de två andra frågorna.



Vad ska jag ha affärsplanen till?

Anledningen och syftet med en affärsplan kan skilja sig ganska mycket. Ställ dig två frågor; Varför och för vem ska jag skriva en affärsplan? Beroende på de svaren så kommer din affärsplan förmodligen att se ganska annorlunda ut.

Om vi börjar med frågan om varför, så finns det naturligtvis många svar. Det kan t ex vara för att:

- förstå och beskriva hur ditt företag ska fungera och bli framgångsrikt.
- någon sa att man borde ha en.
- banken eller en investerare kräver att du har en

Eller möjligen en kombination av flera.

”För vem”-frågan hänger ihop med svaren på ”varför” och kan huvudsakligen delas upp i:

- för dig själv
- för någon annan

Om ditt huvudsakliga syfte med affärsplanen är att få låna pengar eller få någon att investera i din verksamhet så kan det vara bra att fråga dem vad de förväntar sig för format och innehåll.

Om det däremot främst är för din egen skull du vill skriva affärsplanen så klarar du dig oftast med lite färre sidor. Det är ju ganska naturligt att det tar lite mer tid att förklara och sätta in någon annan i just din verksamhet. Det betyder dock inte att du på något sätt ska ställa lägre krav på din egen affärsplan.

Något som också påverkar affärsplanen är om den ska beskriva ett existerande företag eller ett nystartat bolag. Om det gäller ett företag som varit igång ett tag så finns det naturligtvis mer fakta och historiska data att använda sig av. Om det gäller en helt ny idé så kommer det att behövas mer uppskattningar och antagande.

Vissa menar att det största, t om det enda, värdet med en plan är själva planeringen. Det handlar om att man i själva processen att söka fakta och fundera på alternativa val lär sig något väldigt värdefullt. Hur man dokumenterar dessa klokheter är däremot underordnat.



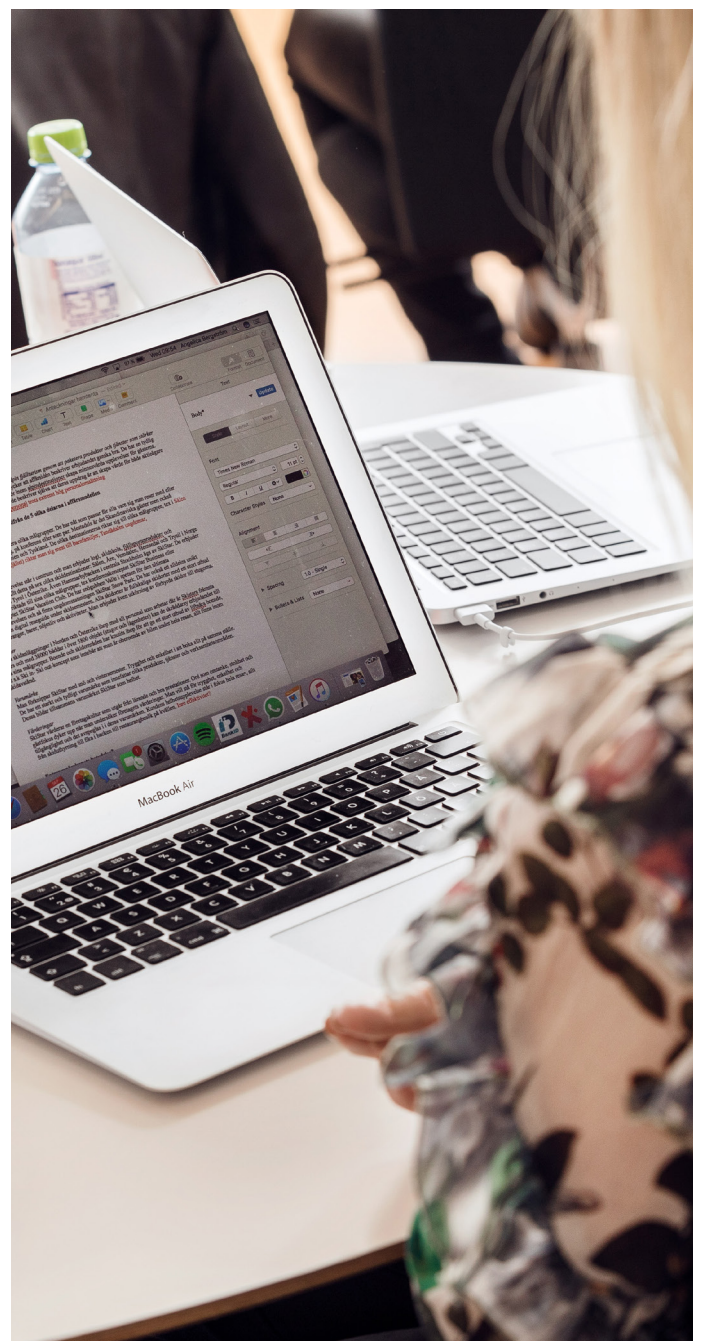
Vilket format ska jag använda för min affärsplan?

Fundera på vem som ska läsa din affärsplan och hur du bäst presenterar den. Traditionellt är en affärsplan ett textdokument på ganska många sidor och med tydliga kapitelin-delningar. Men vem säger att det måste vara så? Det är tillbaka till den första frågan om användning och syfte. Problemet med ett långt textdokument är att väldigt få personer verkligen läser allt och det är stor risk att dokumentet blir en hyllvärmare utan något större värde.

Om det är en finansiär som frågat efter en affärsplan så förväntar sig de ofta en mer formell affärsplan. Vissa banker, låneinstitut och investerare har t o m egna mallar som du kan fråga efter eller ladda ner på deras hemsidor. Almi har t ex en sådan mall speciellt för dig som funderar på att starta upp ett nytt företag. Kolla för säkerhets skull vad de förväntar sig så du inte lägger ner en massa jobb i onödan.

Om det bara är för dig själv, din ledningsgrupp eller dina medarbetare som du tar fram en affärsplan så har du friare händer att välja format. Powerpoint-bilder är t ex ett väldigt bra sätt att förmedla den viktigaste informationen. Eller varför inte en mindmap, en app, affischer på väggarna, notislappar på en White board, etc. Låt fantasin flöda.

Generellt kan man säga att det inte är en tävling att skriva så mycket som möjligt. Snarare tvärtom. Att begränsa utrymmet tvingar dig att förenkla och koka ner informationen till det som allra viktigast och har högst prioritet.



Vad ska min affärsplan innehålla?

Återigen är vi tillbaka till frågan om användning och syfte. Grundregeln är att om du skriver affärsplanen i första hand för någon annan skull, så fråga vad de förväntar sig. Vissa har, som sagt, mallar att följa där du i princip bara svarar på ett antal frågor.

Om du ska beskriva din affärsplan för någon som inte kan något alls om din verksamhet måste du givetvis lägga mer tid på att förklara saker jämfört med någon som har jobbat i verksamheten i flera år. Någon som ska låna ut pengar till dig eller investera i din verksamhet kommer att vilja veta mer ingående om hur bolagets ekonomi ser ut, hur stor marknadens potential är, vilka nyckelpersonerna i bolaget är, etc.

Här kommer några punkter som de flesta affärsplaner borde innehålla. Beroende på syftet med just din affärsplan kan denna lista behöva kompletteras.

1. Vision

Visionen är din drömbild som du strävar mot. Den får gärna vara ambitiös och ligga långt fram i tiden. Ibland måste man tro på något innan man kan se det! En bra vision ger dig energi och lust att kämpa på, även i motgång. En bra vision kan även få andra att vilja vara med på din resa. Försök hålla dig till en mening när du formulerar din vision.

2. Affärsidé

I ett fåtal meningar ska affärsidéen beskriva vad ditt företag ska göra och för vem. Vilken är produkten, tjänsten eller lösningen? För vilka kunder eller kundgrupper finns ni till? En bra affärsidé beskriver också på vilket sätt just ditt företag särskiljer sig från andra.

3. Marknad och kunder

Beskriv den marknad som ditt företag bearbetar eller planerar att bearbeta. Hur stor är den? Hur mycket växer den? Vilka trender ser du just nu och i framtiden som kan påverka efterfrågan?

Beskriv din idealkund. Vad utmärker den eller de kundgrupper du siktar på? Hur många sådana finns det och var finns de? Vad har de kunderna för stora utmaningar och problem som behöver lösas?

Beskriv dina konkurrenter. Vilka konkurrenter har du? Hur fördelar sig marknadsandelarna mellan er? Vilka styrkor och svagheter har de?

4. Erbjudandet

Beskriv ditt erbjudande. Vilka produkter och tjänster erbjuder du? Var finns ditt erbjudande tillgängligt; på nätet, i butik, via återförsäljare, etc? Hur tar du betalt för ditt erbjudande? Hur marknadsför du ditt erbjudande? Beskriv också på vilket sätt ditt erbjudande särskiljer sig från konkurrenterna.

5. Resurser

Beskriv vilka resurser du har och vilka som krävs. Vilken utrustning, kompetens, råvaror, maskiner, verktyg, tillstånd, certifikat, etc har du eller skulle behöva? Här kan du också beskriva nyckelpersonerna i din verksamhet. Vad har de för erfarenheter och kompetenser?

6. Organisation och företagskultur

Beskriv din organisation. Hur många anställda har du? Arbetar du med konsulter, frilansare, partners, etc? På vilket sätt har ni organiserat er; avdelningar, dotterbolag, projektteam, etc? Vilka värderingar har ni i företaget och vilka är de viktiga principerna för hur ni arbetar tillsammans och mot kunderna?

7. Mål och ekonomi

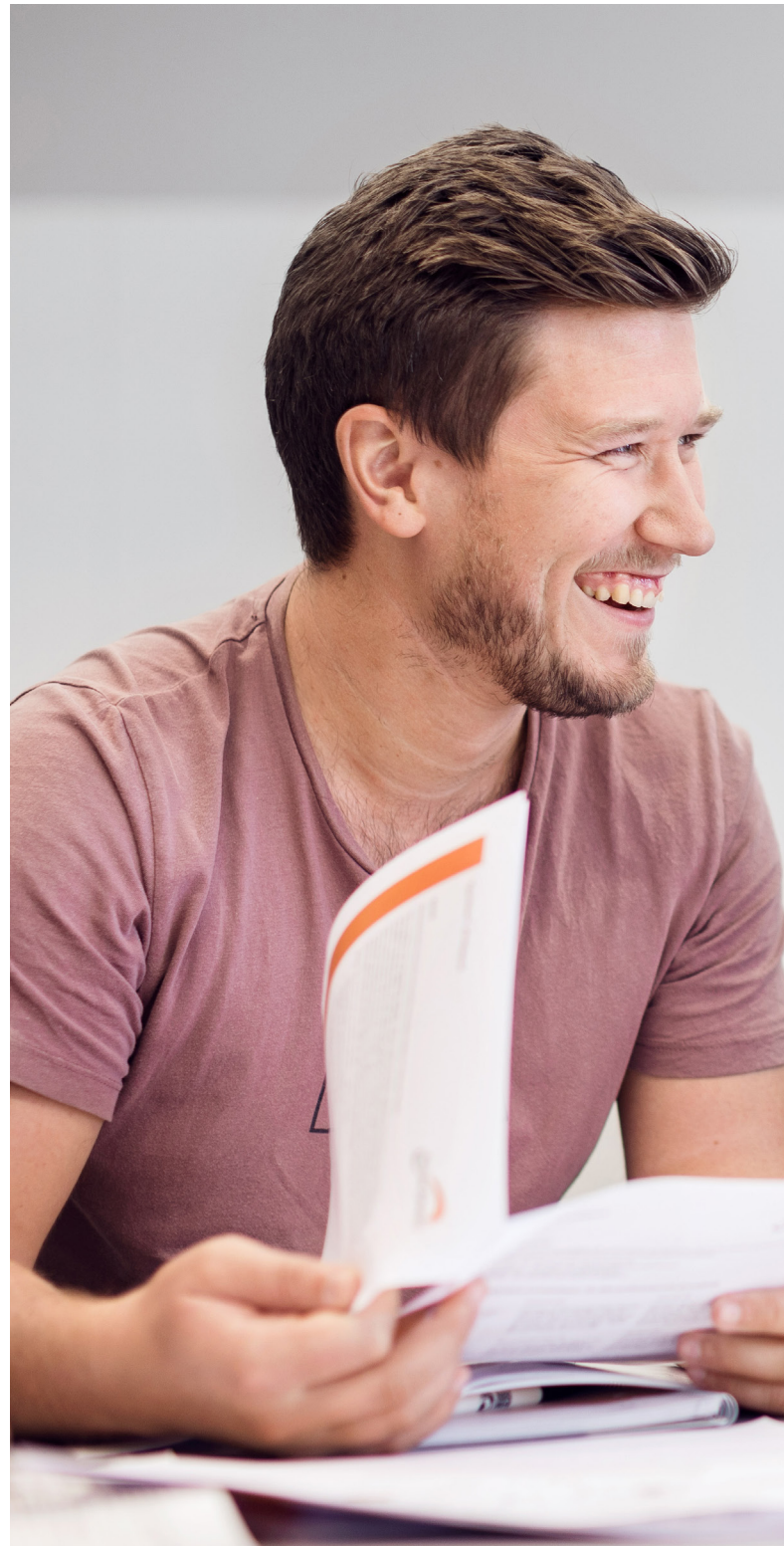
Beskriv dina mål för verksamheten. Hur mycket vill du omsätta och hur mycket vinst ska du göra? Vilka är de viktiga nyckeltalen i din verksamhet? Om du har en budget så lägg in den här. Här är det också bra med en ekonomisk översikt över de senaste 3-5 åren och en prognos framåt 3-5 år. Beskriv också dina kapitalbehov. De flesta företag går inte i konkurs pga. dålig lönsamhet utan snarare brist på pengar, dvs likviditet. Att ha en plan för likviditeten, kassaflödet, är oerhört viktigt för alla företag och ett sätt att inse när man behöver mer kapital, i god tid.

Vad gör jag nu då?

Att ha en plan, en affärsplan, är en bra början. Men planen i sig kommer inte att göra någon skillnad.

Förhoppningsvis har du lärt dig mycket om din verksamhet och dess omvärld som du kommer att ha nytta av. Att bara beskriva hur det ser ut idag brukar inte vara tillräckligt. Vissa av frågorna du tvingas besvara kommer säkert att leda till behov att se över din strategi. Strategi låter kanske lite pretentiöst men allt det handlar om är egentligen bara att göra medvetna val. I processen med att ta fram din affärsplan upptäcker du kanske att du siktar på väldigt många olika typer av kunder, att ditt erbjudande spretar väldigt och inte särskiljer sig från dina konkurrenter. Då är det kanske dags att ta tag i de frågorna och våga göra lite tuffa val. Att lägga en ny strategi, helt enkelt.

Lycka till med din affärsplan och framförallt med att utveckla ditt företag!





**IHM
BUSINESS
SCHOOL**

VILL DU VETA MER?

Kom och få ett smakprov och känn på atmosfären på något av våra seminarier eller informationsmöten.

Du kan också boka rådgivning för att diskutera dina eller dina medarbetares behov och de möjligheter en utbildning på IHM kan ge.

Ring **0200-24 00 24** eller boka rådgivning på ihm.se