

Checklista Moment 2

– Utkast affärsplan



venture
cup

Deadline: 7 februari 2012 kl. 13:00

Innehåll: Affärsidé, Marknadsplan, Affärsmodell + ev valfria delar

Antal sidor: 6-20 A4-sidor

Filstorlek: max 10 MB

Nedan finner du en kort sammanfattning av vad en affärsplan bör innehålla. För att få så konstruktiv feedback som möjligt och för att du skall vara säker på att du fångat upp de viktigaste aspekterna i din affärsplan finns denna checklista framtagen, som också juryn utgår ifrån vid sin bedömning. Juryn kommer i sin bedömning att ta hänsyn till både affärsidéns potential och själva skriften (planen).

Sammanfattning

- Har ni beskrivit de viktigaste delarna i affärsplanen på ett säljande sätt?
- Lockar sammanfattningen till vidare läsning med avseende på potential, hållbarhet och unicitet?
- Räcker sammanfattningen till att värdera affärsplanen?

Affärsidé

- Har ni beskrivit er produkts (vara/tjänst) grundidé och dess unicitet?
- Har ni beskrivit kundnyttan eller det problem er produkt löser?
- Är ert erbjudande tydligt och värdeskapande för kunden?
- Har ni beskrivit hur företaget kommer att generera intäkter?
- Har ni beskrivit företagets tillväxtpotential?

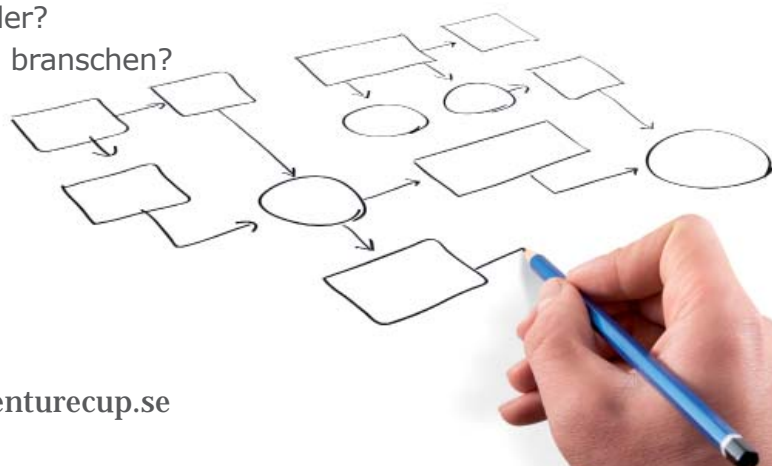
Marknadsplan

Marknadsbeskrivning

- Har ni beskrivit era första kunder? Hur många är de? Hur resonerar de? Hur ställer de sig till ert erbjudande?
- Har ni kommunicerat med kunden?
- Har ni beskrivit den potentiella marknaden? Storleken, tillväxtutsikter, trender och utveckling? Har ni beskrivit var er marknadsinformation kommer ifrån (källhänvisning)?

Branschanalys

- Har ni beskrivit branschen eller industrin? Vilka är aktörerna/konkurrenterna? Vilka är lönsamma och hur tjänar de pengar? Är branschen attraktiv?
- Har ni beskrivit styrkeförhållanden mellan leverantör, distributör, kunder, konkurrenter och möjliga substitut samt marknadshinder?
- Har ni beskrivit hur ert företag passar in i branschen?



Checklista Moment 2

– Utkast affärsplan



venture
cup

Marknadsstrategi

- Har ni beskrivit och motiverat ert val av kunder och målsegment?
- Har ni beskrivit och motiverat differentieringen av ert erbjudande? Kommer ni att konkurrera på teknik, design, service, tillgänglighet eller pris?
- Har ni beskrivit hur ni kringgår eventuella marknadshinder?
- Har ni beskrivit företagets marknadsföringsstrategi samt kostnader för marknadsföring?

Hållbar konkurrensfördel

- Har ni beskrivit hur ni kan skapa en hållbar konkurrensfördel? Finns det andra företag som tjänar på att ni etablerar er på marknaden?
- Har ni beskrivit hur ni kan skydda produkten (mönsterskydd, patent, innovationstakt, design, marknadsföring, etc.)?
- Har ni undersökt om patent eller rättsligt skydd hindrar er att sälja er produkt på marknaden?
- Har ni beskrivit hur ert företag blir hållbart med avseende på miljö och sociala aspekter i det långa loppet?

Affärsmodell

(Handboken: Affärssystem och organisation)

- Har ni beskrivit företagets affärsmodell? Hur ser värdekedjan ut?
- Har ni beskrivit era nyckelaktiviteter? Vilka ska göras inom/utom företaget?
- Har ni beskrivit viktiga samarbeten/partnerskap för er verksamhet (leverantörer, distributörer, tillverkare, reklambyråer, återförsäljare, kunddriven utveckling)?
- Har ni beskrivit era intäctsströmmar? Från vilka håll får ni in pengar, hur ska ni bli lönsamma (direktförsäljning, återförsäljare, annonsförsäljning, serviceavtal, licensiering, franchising, abonnemang etc.)?
- Har ni beskrivit er kostnadsstruktur?
- Har ni beskrivit vilka de viktigaste resurserna är för att kunna leverera ert erbjudande (personal, webbsida, maskiner, byggnader, fordon, patent, varumärke etc.)?

Organisation

(Handboken: Ledningsgrupp samt Affärssystem och organisation)

Ledningsgrupp och personal

- Har ni beskrivit nyckelmedarbetare, företagsroller och vilka personer som står bakom affärsidén?
- Har ni beskrivit hur ägarbilden ser ut?
- Har ni beskrivit hur de erfarenheter och kunskaper som saknas ska knytas till organisationen?

Värden

- Vilka värden genomsyrar verksamheten (kultur, uppgift, hållbarhet, utveckling, motivation, försäljning, etc.)?
- Har ni beskrivit framtidsvisionen för företaget?

Checklista Moment 2

– Utkast affärsplan



venture
cup

Genomförande

- Har ni gjort en genomförandeplan med kostnads- och tidsaspekter?
- Har ni beskrivit vilka nyckelaktiviteter företaget behöver genomföra?
- Har ni analyserat vilka aktiviteter som är beroende av varandra och vad som utgör den "kritiska linjen" i verksamheten?
- Har ni fokuserat tillräckligt på försäljning och kund?
- Har ni beskrivit produktens utvecklingsstatus?

Lönsamhet & finansiering

- Har ni gjort en analys av kostnader (exempelvis över 3 år)?
- Har ni gjort en resultatbudget, en balansbudget och en likviditetsbudget?
- Har ni kommenterat era beräkningar i texten? Vilka antaganden baserar ni era kalkyler på?
- Har ni beskrivit företagets kapitalbehov och hur ni finansierar det?

Risikanaly

- Har ni beskrivit och värderat de olika risker som hotar ert företags framgångar (tekniska, ekonomiska, marknads-, miljö-, personalhinder, etc)?
- Har ni beskrivit hur ni hanterar dessa risker och minimerar deras negativa inverkan?
- Har ni beskrivit olika ekonomiska scenarios för företaget inklusive normalfall, bästa fall och sämsta fall?

En utförlig beskrivning av innehållet i en affärsplan och ett exempel finner du i Venture Cups handbok, "Affärsplanering – En handbok för nya tillväxtföretag" (ISBN: 9789170920424). Notera att vissa rubriker i checklistan skiljer sig från handboken.

Ordlista affärsplan

Affärsmodell – beskriver företagets värdekedja, från tillverkning till återvinning men också hur företaget ska generera intäkter, hur produktionen ser ut samt hur erbjudandet levereras till kunderna.

Antaganden – de antagna värden som budgetar och kalkyler baseras på. Det är viktigt att dessa värden är realistiska och baserade på liknande företag och justeras efter det nystartade företagets möjligheter

Balansbudget – en finansiell uppställning av företagets tillgångar och skulder vid en given tidpunkt.

Branschanalys – belyser hur branschen eller industrin fungerar. En attraktiv bransch för det nya företaget är: möjligt att komma in i, omogen samt har balanserade maktförhållanden mellan kunder, leverantörer, distributörer och producenter.

Differentiering – produkten måste skilja sig från andra på marknaden. Ett sätt är att genom differentiering positionera sig som exempelvis det mest servicevänliga företaget eller det tekniskt mest avancerade.

Ekonomiskt hållbar – att driva en verksamhet på ett sätt som hushåller med mänskliga och materiella resurser samt genererar intäkter och kapital i tillräcklig mängd för att ge en stabil och hållbar verksamhet över tid.

Hållbarhet – att affärsplanen ger möjlighet till ett över tid ekonomiskt, socialt och miljömässigt hållbart företag.

Checklista Moment 2

– Utkast affärsplan



venture
cup

Ordlista affärsplan forts.

Hållbar konkurrensfördel – det initiala försprånget med en ny produkt måste förlängas genom nya innovationer, patent eller strategiska allianser för att behålla en fördel gentemot konkurrenterna även i framtiden.

Innovationstakt – den fart med vilken ett företag kan skapa nya produkter och komma med nya versioner av sina produkter.

Kapitalbehov – den summa pengar som företaget behöver för att kunna bygga upp sin verksamhet och växa enligt affärsplanen fram till dess att intäkterna täcker kostnaderna.

Kritisk linje – en rad aktiviteter i verksamheten där en enskild försening oundvikligen bromsar hela projektet.

Kundnytta – fördelar som en kund tar del av genom att använda en produkt.

Kundvärde – det upplevda värde som kunden finner i er produkt. Kundvärde måste alltid vara större än kostnaden (priset på produkten och dess bikostnader). Anledningen till det upplevda värdet kan vara: tidsbesparing, kostnadsbesparing, minskad oro, ökad nöjdhet, ökad flexibilitet, etc.

Likviditetsbudget – en uppställning av företagets in- och utbetalningar för att mäta betalningsförmågan på kort sikt. Används för att säkerställa att tillräcklig mängd kontanta medel finns tillgängliga.

Lönsamhet – ett mått på företagets förmåga att tjäna pengar baserat på dess kapital.

Marknadshinder – situationer på marknaden som gör det svårt för nya företag att etablera sig. Exempelvis kan kunder vara bundna att köpa förbrukningsmaterial från originalleverantören för att garantin ska gälla.

Miljömässigt hållbar – att driva en verksamhet som inte systematiskt utarmar eller förstör jorden och naturresurserna. Företaget utvärderar såväl den egna som sina kunders och leverantörers miljöpåverkan och arbetar med att minska eller eliminera klimatpåverkan, avfallsmängder och förbrukning av naturresurser.

Mönsterskydd – ett immaterialrättsligt skydd som ger dig rätt att hindra andra från att kopiera formen, utseendet på din produkt.

Outsourcing – att låta ett annat företag sköta hanteringen av en del av företagets aktiviteter, exempelvis rekrytering eller distribution.

Patent – en immateriell tillgång som ger innehavaren rätt att hindra andra från att exploatera dess uppfinning på en viss marknad.

Produkt – den vara eller tjänst som företaget tillhandahåller. Produkten är en vara, en tjänst eller en kombination därav.

Resultatbudget – uppställning av bruttobelopp för intäkter och kostnader under en viss period.

Scenario – ett förlopp av händelser och aktiviteter i och kring ett företag som påverkar företagets resultat och likviditet. Ett scenario kan beskriva normalfallet medan ett annat det bästa eller det sämsta fallet.

Segmentering – inledningen av den totala marknaden i speciella kundgrupper (segment) med skilda karakteristika, tex geografiska, demografiska, sociala och/eller beteendemässiga.

Socialt hållbar – att en verksamhet drivs med stark hänsyn till det enskilda människovärdet och människors hälsa och välbefinnande oavsett om de är anställda, underleverantörer, affärspartners eller konsumenter.

Värdekedja – ett förlopp av aktiviteter exempelvis från materialutvinning eller idéskapande till återvinning eller eftermarknad. Längs detta förlopp skapas värde åt kunder, underleverantörer, samarbetspartners och företaget självt.

Checklista Moment 2

– Utkast affärsplan



venture
cup

Tips

Alla affärsplaner är unika och formen är valfri. Vissa av frågorna i denna checklista är kanske därmed inte applicerbara på ert område och er utvecklingsfas. Man behöver dock alltid dessa frågor till begrundan. Juryn utgår från checklistorna i feedback och bedömning. Skriv så att personer med olika bakgrund och kompetens förstår din affärsidé.

Skriv så att det är tydligt att ni kan skapa tillväxt.

Titelsida: En framsida ger ett professionellt intryck. Inkludera tävlingsbidragets namn, namn på samtliga i bidraget, sekretessklausul (se nedan) och om möjligt en bild av varan eller tjänsten under användning på framsidan.

Sammanfattning: När man läser en sammanfattning vill man se en tydlig kundnytta, värdeskapande samt hur företaget kan tjäna pengar på idén!

Affärsidé: Lyft fram unika fördelar med produkten i punktform. Kvantifiera kundnyttan i siffror. Tona ner teknik och lyft fram de fördelar er produkt har.

Marknadsplan: Bygg marknadsbeskrivningen på fakta, insamlade siffror samt marknadsundersökningar. Var noga med att motivera de val ni gör. Tänk på hur ni kan skydda er idé genom patent, varumärkeskydd, mönsterskydd, upphovsrätt, sekretessavtal eller snabbt genomförande. Det finns alltid konkurrenter!

Affärsmodell: Använd gärna illustrationer för att tydliggöra affärsmodellen. Ett vedertaget sätt att beskriva sin affärsmodell på är Alexander Osterwalders Business Model Canvas där man beskriver sin affär utifrån nio olika byggstenar; kundsegment, värde erbjudande, distributionskanaler, kundrelationer, intäktsströmmar, nyckelresurser, nyckelaktiviteter, nyckel partners och kostnadsstruktur. Hans modell finns på internet <http://www.businessmodelgeneration.com/> och eller i boken Business Model Generation.

Organisation: Det är viktigt att olika kompetenser finns inom bolaget. Var ärlig, lyft fram de luckor som finns och indikera en möjlig lösning. Har ni ett mindre företag, fokusera på de kompetenser som ni behöver för att lyckas. Illustrera gärna i en kunskapsprofil.

Genomförandeplan: Använd gärna illustrationer för att tydliggöra genomförandeplanen. Ett överskådligt sätt att presentera planen är genom ett tidsschema (gantt-schema) som inkluderar milstolpar och kritiska aktiviteter med kopplade kostnader.

Lönsamhet & finansiering: Läs gärna mer i Venture Cups handbok och använd gärna de mallar för resultat- och balansräkning som finns på Venture Cups hemsida.

Riskanalys: Gör en uppställning av risker, sannolikhets- och effektvärdering. Var noga med att indikera lösningar på de risker ni lyfter fram. Lyft fram de risker som finns och "sopa inget under mattan".

Bilagor: Inkludera exempelvis budgetar, diagram, scenarion, produktbeskrivningar, illustrationer och erbjudande till investerare som separata bilagor. Skall inkludera andel, kostnad och förmodad avkastning för investeraren med hänvisning till affärsplanen som avgör huruvida denna värdering är korrekt.

Sekretessklausul (att användas på titelsidan):

"Denna affärsplan är konfidentiell. Affärsidén i sig eller information från denna beskrivning får inte utnyttjas, reproduceras eller göras tillgänglig för tredje part utan föregående skriftligt tillstånd från [ditt eller bidragets namn]."

Lycka till!

