

# **FORRETNINGSPLAN**

**For Min bedrift**

## **INNHold**

1. Oppsummering .....	3
2. Historikk .....	3
3. Forretningsidé.....	3
4. Personalia .....	4
5. Produktbeskrivelse.....	5
6. Markedsanalyse og Konkurrentanalyse .....	6
7. Strategi.....	8
8. Fremdriftsplan.....	8
9. Finansiering.....	9
10. Investeringsbudsjett .....	9
11. Likviditetsbudsjett.....	11
12 Resultatbudsjett .....	13

# 1. Oppsummering

Forretningsplanen skal begynne med en resymé. Det skal være kort og presist og bør ikke være på mer enn to sider. Dette er en opplisting av de viktigste punktene i forretningsplanen og skal skape interesse for å lese resten av forretningsplanen. Selv om det er punkt 1 skrives dette punktet naturligvis helt til slutt. Oppsummeringen bør si noe om forretningsideen, når selskapet ble stiftet, hvem som er eiere og fokuserer på hva som gjør bedriften unik og hva som er bedriftens sterke sider

# 2. Historikk

Det er kanskje ikke alltid så mye historikk å fortelle men her bør man i alle fall ta med stiftelsesdato og kanskje litt om når og hvordan ideen ble unnfanget. Hvilke produkter har man utviklet eller eventuelt solgt. Har man gjort noen avtaler med leverandører eller lignende.

# 3. Forretningsidé

Her forteller man kort hvorfor denne bedriften eksisterer, samt om målsetninger på kort sikt. Beskriv fremtiden og hvordan bedriften skal vokse. Bruk tid på å formulere forretningsideen og rådfør deg med personer i ditt nettverk.

Eksempler på Forretningsplanen bør ta med seg:

Firma.no: ***Møteplass for nyetablerte og mindre bedrifter og den beste aktøren for alle som er i en gründerprosess.***

Databedrift: **As Data tilbyr utviklingstjenester til bedrifter som søker å oppnå en mer effektiv utnyttelse av sine eksisterende løsninger.**

***Catering: Leverer egenprodusert mat av høy kvalitet som tilfredstiller myndighetenes krav og retningslinjer til bedrifter og privat markedet.***

**Esselte: Esselte AS har kontoret og kontorarbeidsplassen som sitt primære marked. Gjennom Esselte konsernets produktutvikling og i samarbeid med utvalgte merkevare leverandører skal vi tilby effektive løsninger.**

**Contempus: Contempus skal øke sine kunders lønnsomhet gjennom effektivisering av administrative prosesser, ved hjelp av elektronisk dokumentbehandling**

## **4. Personalia**

Inngående beskrivelse av personen(e) involvert i prosjektet og ledelsen av bedriften. Ta med hva disse personene har av utdanning, erfaring, sterke sider og hvilke ansvarsområder de får i bedriften.

***4.1 Hvilke erfaring har du fra bransjen?***

***4.2 Hva er dine svakheter i bransjen?***

***4.3 Hvordan kan du forbedre dine svakheter?***

***4.4 Finnes det eksterne eksperter som selskapet er avhengig av?***

***4.5 Bør du vurdere en kompanjong?***

***4.6 Hvem sitter eventuelt i styret?***

***4.7 Hvem er eventuelt revisor?***

***4.8 Hvem er eventuelt regnskapsfører?***

***4.9 Bør du vurdere en kompanjong?***

***4.10 Forhåndsplanlegging og avklaring.***

## **5. Produktbeskrivelse.**

Her gir du en nøye beskrivelse av produktet eller tjenesten du skal levere. Ta med alle forhold som berører produktet og sammenlign med det som allerede finnes på markedet. I tillegg beskriver du de tekniske spesifikasjonene.

**5.1 Hvor gammelt er produktet?**

**5.2 Hvilke unike egenskaper har det?**

**5.3 Finnes det noen spesielle egenskaper for ditt produkt?**

**5.4 Når vil det være nødvendig med større forandringer?**

**5.5 Har selskapet patent eller beskyttet produktet?**

**5.6 Finnes det andre supplerende produkter til ditt produkt?**

**5.7 Kreves det service på produktene?**

**5.8 Hvem yter servicen og er den omfattende?**

**5.9 Hva er trenden i markedet for denne type produktet?**

**5.10 Har produktet avhengighet til underleverandører eller andre komponenter?**

**5.11 Hvilket behov skal ditt produkt fylle?**

## **6. Markedsanalyse og Konkurrentanalyse**

Her skal man beskrive hvordan markedet ser ut og man hvordan man skal finne sin plass i markedet. En markedsanalyse bør inneholde en diskusjon rundt pris, markedsføringskanaler og distribusjon av produktet. I tillegg er det viktig å identifisere konkurrenter for å sammenligne sitt eget konsept med konkurrentenes, slik at man kan sannsynliggjøre at man selv har et konkurransefortrinn. Det er også viktig å vise at man forstår hvordan markedet fungerer. Hvem er aktører og hva konkurrer de på osv.

En annen ting du må vurdere her er hva slags prisstrategi du skal velge. Skal du legge deg litt lavt/gi prosenter, for å komme deg inn på markedet eller bør du kreve en så høy pris som mulig, noe som kan sikre en større bruttofortjeneste?

Hvilken pris er kunden villig til å betale? Utover det er det andre momenter du må vurdere. Dersom ditt produkt er unikt, er kundegruppen sannsynligvis villig til å betale noe mer for produktet enn dersom det er flere aktører som konkurrerer på samme marked.

Mange småbedrifter gjør den feilen at de fastsetter prisene for lavt. For lave priser innebærer at du ikke får tilstrekkelig betalt for det du leverer. Mange tror dette kan tas igjen ved økt salg, noe som langt fra alltid er tilfelle.

**6.1 Hvor stort er ditt marked?**

**6.2 Hvordan skal du nå de?**

**6.3 Hva skal kunden kjøpe av deg?**

**6.4 Hvor ofte kjøper de og hvor mye kjøper de for?**

**6.5 Hvorfor skal de kjøpe av deg?**

**6.6 Hvordan fungerer bransjen?**

**6.7 Hvem er de viktigste aktørene?**

**6.8 Hvordan skal din rolle i bransjen være?**

**6.9 Hvordan ser framtidsutsiktene ut for bransjen?**

**6.10 Er det aktører innen bransjen du kan samarbeide med?**

**6.11 Er det andre som henvender seg til samme målgruppe som du kan samarbeide med?**

**6.12 Hvem er dine konkurrenter?**

**6.13 Hvorfor skal kunden kjøpe av deg i stedet for av dine konkurrenter?**

**6.14 Hva er din styrke i forhold til dine konkurrenter?**

**6.15 Hva er din svakhet i forhold til dine konkurrenter?**

**6.16 Hvordan skal du klare deg i konkurransen?**

## **7. Strategi**

Forklar her hvordan du skal nå de målene du har satt deg. Her beskriver man hvilke virkemidler man har planlagt å ta i bruk for å nå sine mål og hvordan disse settes ut i livet.

**7.1 Hvilke salgskanaler har du?**

**7.2 Hvilke oppgaver er nødvendige for din virksomhet?**

**7.3 Hvilken kompetanse har du og eventuelt hvilken kompetanse mangler din virksomhet?**

**7.4 Hva er dine konkurransefortrinn?**

**7.5 Mulige trusler**

**7.6 Hvordan identifisere og overvinne trusler?**

**7.7 Hva er trendene i markedet på kort og lang sikt?**

**7.8 Beskrivelse av markedet og hvordan markedet fungerer?**

**7.9 Hvilket segment av markedet skal man angripe?**

**7.10 Størrelsen på segmentet og eventuelt vekstpotensialet**

## **8. Fremdriftsplan**

Det er viktig med en god fremdriftsplan som forteller hvilke mål du skal nå og når du skal nå de. Lag en fremdriftsplan som er realistisk med milepæler og strategiske beslutningspunkter. Man kan i tillegg også benytte en skjematisk fremstilling, for eksempel ved hjelp av Gant-skjema.

## 9. Finansiering

En av de virkelige store utfordringene i etableringen av ny virksomhet er hvordan virksomheten skal finansieres. Sett opp realistiske budsjetter. Man bør ha med en finansieringsplan og oversikt over kapitalbehov. I tillegg bør man ha likviditets- og driftsbudsjett som, så godt det lar seg gjøre, viser når kostnadene og inntektene påløper. Ta med hvor mye eiere har investert i selskapet.

**9.1 Hva er kapitalbehovet?**

**9.2 Hvor mye trenges i banklån?**

**9.3 Kan utvikling finansieres av støtteordninger eller skattefunn?**

**9.4 Hvor mye kapital skyter eiere inn?**

**9.5 Hvor mye er lagt ned i "mannetimer"?**

**9.6 Kan man finansiere med leasing?**

**9.7 Finnes det mulighet for såkorn/venture kapital**

**9.8 Kan man kundefinansiere?**

**9.9 Er det mulig med leverandørfinansiering?**

**9.10 Er factoring et alternativ?**

**9.11 Finnes det Stipender/Tilskudd/Risikovillige lån**

## 10. Investeringsbudsjett

En spesifisering av ditt behov for investeringer i faste anlegg, maskiner, inventar, transportmidler. Glem ikke å ta med spesielle etableringskostnader som konsulenthjelp, brosjyrer, revisor og lignende.

Type investering	1000 kr.

<b>Anleggskapitalbehov</b>	



## 12. Finansieringsplan

Investeringene fra investeringsbudsjettet bør finansieres med langsiktig kapital som f. eks. pantelån eller tilskudd. Avhengig av egenkapitalens størrelse bør den dekke deler driftskapitalbehovet (se likviditetsbudsjett.) Lag en sammenstilling av ditt kapitalbehov og hvordan dette er tenkt finansiert.

<b>Kapitalbehov til</b>	<b>1.000 kr</b>	<b>Finansiering</b>	<b>1.000 kr</b>
Investeringer (fra inv. budsjett)		Langs. Lån	
		Tilskudd	
Driften (fra likv. budsjett)		Egenkapital	
		Kassakreditt	
<b>Sum Kapitalbehov</b>		<b>Sum Finansiering</b>	

### 13 Resultatbudsjett

Et resultatbudsjett er en oppstilling av forventede inntekter og forventede kostnader i løpet av et år. Prøv her å få med alle kostnader du vet vil påløpe. Du kan gjerne sette opp flere slike budsjetter: -Et som bare går i null, et med realistisk overskudd og kanskje et mer optimistisk.

Inntekter/kostnader	Optimistisk	Normal	Pessimistisk
Salgsinntekter (ekskl.mva.)			
Andre inntekter			
<b>1. TOTALE SALGSINNEKTER</b>			
Vareforbruk			
Variable lønnskostnader			
<b>2. TOTALE VARIABLE KOSTNADER</b>			
<b>3. DEKNINGSBIDRAG (1-2)</b>			
Faste lønnskostnader			
Husleie			
Kontor			
Elkraft, oppvarming, lys med mer.			
Telefon og internett			
Reisekostnader			
Markedsføring			
Leasing			
Forsikring			
Tap på fordringer			
Diverse kostnader			
Avskrivinger			
Renter			
<b>4. TOTALE FASTE KOSTNADER</b>			
<b>5. RESULTAT (3-4)</b>			
RESULTATGRAD	Resultat * 100		
	Tot. salgsinnt.		
NULLPUNKTSOMSETNING	Faste kostn * 100		
	Dekn. bidr. i %		