

AFFÄRSPLAN – FÖRETAGSUTVECKLING

Betydelsen för företag att ha en bra och välformulerad affärsplan har kanske aldrig varit så aktuell som idag. Under det senaste året i lågkonjunktur så har t ex Volvos och SAABs affärsplaner kommenterats nästan dagligen i media. Det är idag mycket svårt för företag att få finansiering från banker och andra finansiärer/ägare utan en bra, välgjord affärsplan

I Cibeco Consultants affärsutvecklingsprogram arbetar vi i gruppform tillsammans med företagets ledning och personal som företaget väljer till uppdraget att tillsammans successivt bygga upp en affärsplan för företaget. Grundmodellen/ arbetsgången följer litteraturens rekommendationer och arbetet brukar normalt ta 40-50 timmar, vilka fördelas på 8-12 möten under en 2-3 månaders period.

Successivt så arbetar gruppen sig igenom ett antal sedvanliga verktyg – se Innehållsförteckning nedan - och frågeställningar samt arbetar genensamt fram en utvecklingsplan. För att inte förlora tempo och aktualitet så förordas att man har ett möte per vecka (eller minst ett möte varannan vecka) med mellanliggande arbetsuppgifter för deltagarna. Tid för nästa möte bestäms löpande under arbetets gång vid respektive träff. Första träffen inleds alltid med en rundvandring i produktionen och verksamheten med Cibecos personal för att konsulten skall få en känsla för vad företaget gör och står för.

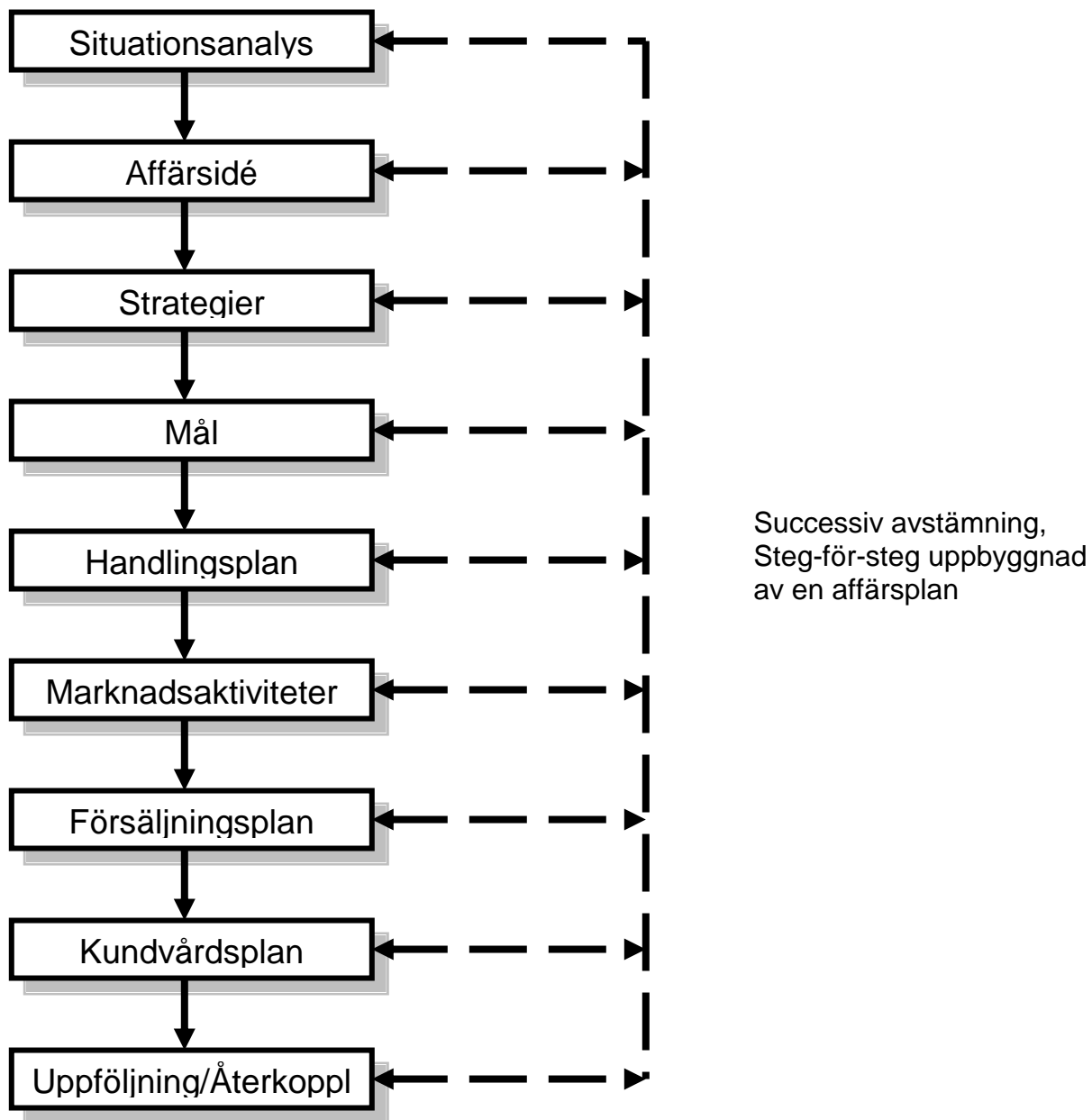
Affärsutveckling är en ständigt pågående process i företaget. Efter att affärsplanen är klar och börjat genomföras – år 1 – följer vi upp genomförandet år 2 och år 3 vid särskilda uppföljningsmöten. Dessa genomförs tillsammans med ledningen och helst med samma personal eller delar av den som var med vid utformandet och framtagning.

Cibeco Consultants följer företaget under denna treårsperiod, och leder/deltar - med företagets önskan/tillåtelse - i regelbundna uppföljningsmöten 2-4 ggr per år. Genom på detta sätt kontinuerlig och effektiv uppföljning säkerställs att planerade aktiviteter verkligen genomförs och att företaget når önskade effekter. Dessutom bygger man kontinuerligt upp den erfarenhetsmassa som används för korrigeringar av åtgärder och förfining/justering av affärskonceptet. Uppföljningen år 2 och 3 efter framtagen affärsplan är valfri men rekommenderas.

Cibecos modell och innehållsförteckning för framtagning av affärsplan visas nedan.

Vår affärsidé – Er framgång

Den modell för affärsutveckling som vi använder inom Cibeco Consultants ser ut enligt följande



En innehållsförteckning vid framtagna affärsplan visas nedan.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING, AFFÄRSPLAN

Hjälpmedel Verktyg/blankett

1. TEORI

2. INLEDNING/FÖRETAGET

- .1 Bakgrund & historik
- .2 Ägare och ledning
- .3 Styrelse & revisorer
- .4 Organisation/bemanning
- .5 Produktion
- .6 Distributionssystem
- .7 Byggnader/lokaler
- .8 Ekonomi

Rita figur!
Rita figur!
Rita figur!

Årsredovisning
Senaste bokslut
Simuleringskalkyl

- .9 Expansionsplaner
- .10 Kvalitet & miljö

3. PRODUKTER & MARKNADER

- .1 Produkter, försäljning, marknadssegment & kunder
- .2 Marknadsbeskrivning
- .3 Produktportföljanalys
- .4 Unika egenskaper & stödtjänster

P/M-matris
Marknadstrappan
Bostonmatris
Prioriteringsmatris
Produktblomman

4. KONKURRENTER

Konkurrentanalys

5. INKÖSPROCESSEN I OLIKA KUNDSEGMENT

Inköpsprocessen

6. OMVÄRLDSFÖRÄNDRINGAR & EGNA FÖRUTSÄTTNINGAR

SWOT-analys

7. POSITIONERING & FÖRSÄLJNINGSGRUND

Framgångsfaktorer
Positioneringsanalys
EFN-analys/Budskap

8. RESULTAT & SLUTSATSER

Slutsatser av genomförd analys

9. AFFÄRSIDÉ, MÅL & STRATEGIER

Tillväxtstrategimatrix
Affärsidé, mål & strategi

10. UTVECKLINGSPLANER

- .1 Handlingsplan
- .2 Marknadsföringsmix/Marknadsaktiviteter
- .3 Försäljning per marknadssegment, nya kunder (prospects)
- .4 Kundvård per marknadssegment, befintliga kunder

Handlingsplan
Marknadsaktiviteter
Försäljningsplan
Kundvårdsplan

11. RISKER OCH KRITISKA HÄNDELSER

12. BILAGOR & ANTECKNINGAR