

# GÁTLISTI: ÉG ÞARF GÓÐA VIÐSKIPTAÁÆTLUN!

Þig langar að gera góða viðskiptaáætlun sem lágmarkar áhættu og eykur líkur á að þú náir árangri. Til að mynda haldgóða lýsingu á þeim stefnum og markmiðum sem fyrirtækið setur sér þá mótast þú viðskiptaáætlun sem sýnir skýrt hver hugmyndin er og hvernig hún verði framkvæmd.

Innihald viðskiptaáætlana er mismunandi meðan efnistökin eru yfirleitt þau sömu. Ráðlagt er að þín viðskiptaáætlun innihaldi vel uppsetta samantekt, lýsingu á viðskiptahugmyndinni, upplýsingar um vöruna, stjórnun og skipulag, markaðinn og samkeppnina, markaðsstefnu og áætlun og hvernig fjármálum verði háttað.

## Gerðu kröftuga samantekt sem fangar athygli lesandans

Þegar þú hefur lokið við að setja upp viðskiptaáætlun þá skrifarðu innihaldsgóða samantekt uppá 1-2 blaðsíður. Hún verður það fyrsta og í einhverjum tilfellum það eina sem lesendur hennar munu lesa. Hafðu hana því upplýsandi, sannfærandi og raunsæa.

- » Hver er viðskiptahugmyndin og hvar er verkefnið statt?
- » Hverjir koma til með að framkvæma viðskiptahugmyndina?
- » Hvaða markað mun fyrirtækið sækja á?
- » Hversu stór er markaðurinn og hvernig þróast hann / vex hann?
- » Hvaða sérstöðu hefur fyrirtækið á markaðnum?



» Hvernig verður viðskiptahugmyndin fjármögnuð?

» Hver verður fjárhagslegur ávinningur af framkvæmd hugmyndarinnar?

### **Skilgreindu viðskiptahugmyndin**

Kynntu viðskiptahugmyndina og hvaða markmiðum þú ætlar að ná. Því þarftu á einfaldan en jafnframt lýsandi máta að mála sterka mynd í huga lesandans.

» Hver er viðskiptahugmyndin?

» Af hverju er þetta góð viðskiptahugmynd?

» Hverju á viðskiptahugmyndin að skila viðskiptavinum?

» Hverju á viðskiptahugmyndin að skila fyrirtækinu?

» Hvar stendur fyrirtækið í dag og hversu tilbúið er það til að framkvæma viðskiptahugmyndina?

» Hvar er verkefnið stött í hönnun / þróun / framleiðslu?

## Lýstu vörunni og þörfum viðskiptavina

Skilgreindu vel vöruna sem fyrirtækið mun þróa og framleiða. Til að vel gangi, vertu þá viss um að þörfin fyrir vöruna sé til staðar.

- » Hver er varan og hvaða vöruflokki tilheyrir hún?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- » Hver er sérstaða vörunnar á markaðnum?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- » Hvaða þarfir viðskiptavina mun varan uppfylla?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- » Hvaða kröfur eru gerðar til vörunnar?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- » Hvernig verðleggurðu vöruna?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- » Hvernig verður varan þróuð, framleidd og komið á markað?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- » Hvernig kemur fyrirtækið til með vernda hönnunina á vörunni?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- » Hvernig aðstöðu þarf fyrir framleiðsluna?

» Hvernig tækjabúnað og hráefni þarf fyrir framleiðsluna?

» Hvenær verður varan tilbúin fyrir sölu?

» Hversu vel nærðu að mæta mikilli eftirspurn eftir vörunni?

### **Segðu frá skipulagi og stjórnun fyrirtækisins**

Gerðu fyrirtækinu, eigendum og stjórnendum góð skil og seldu lesandanum á að fyrirtækið geti framkvæmt viðskiptahugmyndina. Sýndu fram á að fyrirtækið hafi þá þekkingu og getu sem þurfi til að ná árangri á markaðnum.

» Hvað heitir fyrirtækið og hvers vegna varð þetta nafn fyrir valinu?

» Hver var aðdragandinn að stofnun fyrirtækisins?

» Í hvaða tilgangi var fyrirtækið stofnað?

» Hvar og hvenær var fyrirtækið stofnað?

» Hver stofnaði fyrirtækið og hverjir eru eigendur þess?

- » Hvert er félagiformið?
  
- » Hvernig er stjórnskipulaginu háttað?
  
- » Hvaða hlutverki og ábyrgð bera lykilstjórnendur?
  
- » Hvaða menntun og reynslu hafa lykilstjórnendur fyrirtækisins?
  
- » Hvaða utanaðkomandi ráðgjöf og/eða fræðslu þarf fyrirtækið að kaupa sér?
  
- » Hver er framtíðarsýn fyrirtækisins?
  
- » Hvaða skammtímamarkmiðum ætlar fyrirtækið að ná?
  
- » Hvaða langtímamarkmiðum ætlar fyrirtækið að ná?

## Skilgreindu markaðurinn og lýstu samkeppninni

Sýndu fram á þekkingu þína á markaðnum. Sannfærðu lesandann um að þú hafir þekkingu á stærð markaðarins, markhópum og samkeppninni.

- » Hvernig er hægt að skilgreina markaðinn sem fyrirtækið starfar á?
- » Hverjir eru aðal samkeppnisaðilar á markaðnum og hver er markaðshlutdeild þeirra?
- » Hvaða vörur og þjónustur hafa samkeppnisaðilar upp á að bjóða?
- » Hvernig er verðstefnu og verðlagningu á markaðnum háttað?
- » Hver er eftirspurnin eftir vörunni og hvernig er hún uppfyllt?
- » Hvernig skilgreinir / flokkar þú markhópin fyrir vöruna?
- » Hvernig er hægt að skilgreina / flokka kauphegðun viðskiptavina?
- » Hvar er markhópurinn staðsettur?

» Hvaða miðla nota samkeppnisaðilar til að ná til markaðarins?

» Hver er vöxtur / þróun markaðarins?

### **Sýndu fram á skýra markaðsstefna**

Eftir að þú hefur útlistað hvernig staðið verði að hönnun, þróun og framleiðslu vörunnar þá þarftu að skilgreina hvernig fyrirtækið ætlar að koma vörunni á markað og selja hana.

» Hvað mun fyrirtækið standa fyrir á markaðnum?

» Hvar mun fyrirtækið staðsetja sig á markaðnum með tilliti til samkeppninnar?

» Hvaða markmið verða sett fyrir markaðshlutdeild og vöxt á markaðnum?

» Hver verður verðstefnan og hvernig verður varan verðlög?

» Hvaða leiðir verða farnar til að dreifa vörunni og koma henni á markað?

» Hvaða leiðir verða farnar og hvaða miðlar verða notaðir til að kynna vöruna fyrir viðskiptavinum?

- » Hvaða þjónustu mun fyrirtækið veita viðskiptavinum og hvernig verður þjónustan verðlögð?
- » Hver er áætluð sala fyrir næstu 36 mánuði (brotin niður á mánuði)?

### **Gerðu fjármálum góð skil**

Greindu vel sölutekjur og allan þann kostnað sem fylgja mótun og framkvæmd viðskiptahugmyndarinnar. Vertu með góða hugmynd um hvort reksturinn komi til með að standa undir sér og skila þér fjárhagslegum ávinningi.

- » Hversu vel mun viðskiptahugmyndin skila fjárhagslegum ávinningi fyrir fyrirtækið og eigendur þess?
- » Hvenær og hversu miklum sölutekjum mun varan skila fyrirtækinu?
- » Hversu langur tími mun líða áður en varan fer að skila hagnaði?

### **Áætlaðu stofnkostnað fyrirtækisins**

Þú þarft að áætla fjármagnið sem þú þarft við stofnun fyrirtækisins og hvernig þú munir fjármagna stofnkostnaðinn.

- » Hvað mun undirbúningur, rannsóknarvinna og uppsetning á viðskiptaáætlun kosta fyrirtækið?
- » Hversu miklu verður varið í húsnæði, innréttingar og tækjabúnað fyrir skrifstofu- og framleiðslurými?



- » Hver verður hönnunar, þróunar og framleiðslukostnaður fyrsta eintaksins af vörunni?
  
- » Hver verður markaðs- og kynningarkostnaður fyrirtækisins á fyrsta ári starfseminnar?
  
- » Hversu mikið veltufé hefur fyrirtækið til að vinna úr eftir stofnun fyrirtækisins?
  
- » Hvernig verður stofnkostnaðurinn fjármagnaður?

### **Gerðu sjóðsstreymisáætlun**

Vertu viss um að þú hafir áætlað sölutekjur og kostnað niður á mánuði fyrir fyrstu þrjú árin. Vertu mjög nákvæmur fyrstu 12 mánuðina og reyndu að sjá fyrir sem flest sem kemur inn og fer út úr fyrirtækinu.

- » Hverjar verða mánaðarlegar sölutekjur fyrirtækisins fyrstu 36 mánuðina?
  
- » Hver verður mánaðarlegur kostnaður við rekstur fyrirtækisins fyrstu 36 mánuðina?



## Gerðu góða framkvæmdaáætlun

Settu upp raunhæfa framkvæmdaáætlunin sem útlistar hvað verði gert og hvenær þú munir hrinda viðskiptahugmyndinni í framkvæmd. Sýndu fram á umfang verkefnisins niður á einstaka verkþætti og hvenær þeim verði lokið.

- » Hvaða verkþætti þarf að vinna til að hægt sé að hrinda viðskiptahugmyndinni í framkvæmd?
- » Hvernig er hægt að flokka verkþættina saman í stærri vörður?
- » Hvernig þarf að forgangsraða verkþáttunum til að tryggja að þeir séu unnir í réttri röð og á réttum tíma?