

### Sammanfattning

Sammanfattning av affärsplanen på max 1 sida.

### Vision

Vad är det som driver företaget framåt och var vill man vara om 5 år. Visionen är mer som ett foto än en beskriven text. När du blundar ska du se en bild som beskriver det tilltänkta scenariot i framtiden.

### Affärsidé

Beskrivning av företagets affärsidé. Observera att du måste segmentera fram en kund som ska vara tydlig i affärsidén.

### Nulägesanalys

Beskrivning av företagets kunder, konkurrenter och omvärldspåverkan. Företaget använder sig normalt av marknadsundersökningar för att kartlägga nuläget.

### SWOT-analys

Gör en analys av företagets inre och yttre påverkansfaktorer. Var noga med att inte enbart stolpa upp rubriker eller variabler utan tänk till och beskriv hur dessa variabler påverkar företaget och hur företaget ska agera när de inträffar.

### Marknadsundersökning

Här beskriver ni vad ni kommit fram till vid olika marknadsundersökningar. Själva undersökningarna kan eventuellt bifogas som bilaga. Här ska du enbart diskutera resultat, reflektion och analys.

### Mål

Här beskrivs företagets olika del- och huvudmål. Det kan vara kvantitativa och kvalitativa mål som delas upp på kort- och långsiktiga mål.

### Strategier

Strategier beskriver hur företaget ska uppnå sina mål. Som du förstår är det viktiga variabler för företaget att tänka igenom hur et ska nå fram. Det finns många olika slags strategier. Beskriv vilka olika marknadsstrategier du valt och varför du valt dem. Vad är det för önskad mätbar effekt du vill uppnå.

### Målgrupp

Här ska du förtydliga den kund som du valt att ha i din affärsidé. Du beskriver hur du segmenterat och varför du gjort på detta sätt. visa upp företagets idealkund

### Organisation

Beskriver din interna och din externa organisation och vilka funktioner som bör finnas för att stödja verksamheten.

### Säljcirkel

Beskriv hur företaget får tag i prospects och hur de omvandlas till köpande kund. Du beskriver även vilka dokument och aktiviteter som behövs för att kommunicera med kunderna. Säkerställ att det finns program för att ta hand om klagomålet på ett professionellt sätt. Använd kundtratten för att beskriva företagets suspects, prospects, leads, opportunities och kunder.

### Aktivitetsplan

Vilka aktiviteter planeras under året och till vilka kundsegment ska de rikta sig. Vilka medier har företaget valt ut och vilka blir effekterna av deras val. Vilka mål har vi med våra aktiviteter och vilka reträttmål har vi.

### Kommunikation

Tag fram alla de budskap som företaget vill förmedla till sina olika kundgrupper. Använd dig av EFI-modellen för att få fram hållbara argument som sammanställs i en argumentationslista. Listan är ett av de viktigare verktygen för säljarna. Använd er av beprövade modeller såsom t ex AIDAS när ni utformar ert budskap.

### Media

Vilka media ska vi använda och varför? Vilka blir våra effekter av vald media?

### Ekonomi

Här sammanställer vi sammanfattningar av våra kalkyler och budgets. Vi visar även vårt pris och visar vilket pris vi valt att använda baserat på samtliga ingående variabler som styr vår prissättning.

### Rapportering

När, var och hur ska vi rapportera utfallet som baseras på denna affärsplan.

### Bilagor

Exempel på annonser, pressreleaser  
Marknadsundersökningar  
Fullständiga uträkningar på budgets, kalkyler och pris