KalasEvent

EVERY KIDS DREAM

Affärsplan 13/14

KalasEvent - Every Kids Dream

Förord

En god idé kräver ett team som kan genomföra idén på ett kreativt och proffsigt vis för att den ska kunna lyckas. Självklart är idén en betydande framgångsfaktor men på den senaste tiden har jag förstått att den utan tvekan viktigaste faktorn till ett lyckat företag är dess ledning. Det är just därför, tack vare vår ledning, som jag vet att Kalasevent kommer att lyckas med vårt mål – bli störst i branschen. Vi är ett hopsvetsat team med en mix av lika och olika specialiteter vilket gör att vi tillsammans kompletterar varandra väl och utgör ett perfekt team. Det kan jag enbart tacka mina kollegor - Ninni, Agnes och Erik för. Tillsammans kommer vi att genomföra idén på ett kreativt och proffsigt vis. Ärofyllt kan jag nu presentera Kalasevents idé och teamet som ligger bakom företaget.

Till dig som nu sitter med våra tio sidor framför dig kan jag enbart önska en behaglig läsning samt att du ser Kalasevents fulla potential, precis som jag gör.

Hubert Hågemark, VD

Helsingborg 5/11 -13

Innehållsförteckning

Förord..... 1
Affärsidé..... 2
Behov..... 2
Produkten..... 2
Resurser..... 2
Buy one help one..... 3
Ledstjärnor..... 4
Vision..... 4
Mission..... 4
Mål..... 5
Marknad..... 5
Konkurrenter..... 5
Kunder..... 5
Tidsplan..... 6
Marknadsföring..... 6
SWOT..... 7
Organisationen..... 8
Ekonomisk plan..... 9
Framtid..... 10

It's what makes us great

Affärsidé

Kalasevent UF erbjuder föräldrar i Nordvästra Skåne via direktförsäljning ett komplett och skräddarsytt barnkalas.

Behov

Vi fann tidigt ett behov hos våra nära och kära samt hos utomstående personer med barn i unga åldrar. Att anordna ett kalas kräver dels mycket tid och energi vilket egentligen är något som föräldrarna gärna vill slippa undan. Dock var hålhaken att föräldrarna vill ge sina barn ett kalas samt se dem engagerade och glada. Vi hade därmed funnit ett behov som behövdes lösas; ett komplett drömkalas för barnen som var smidigt och enkelt att ordna. På så vis startade vi ett eventföretag vars fokuserar ligger på barnkalas och vi utvecklade sålunda Kalasevent.

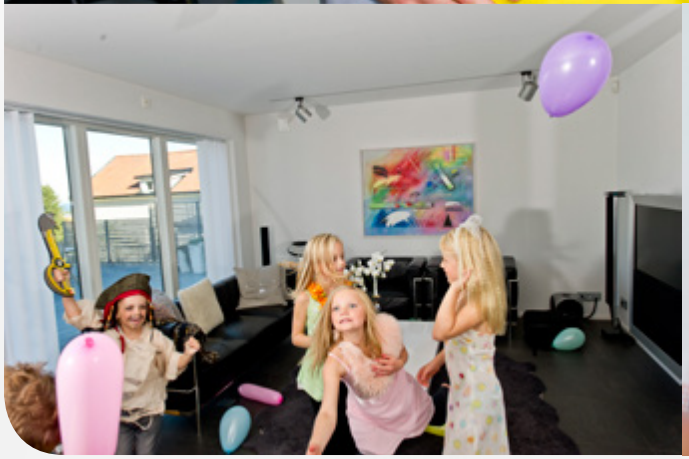
Produkten

Kalasevent erbjuder föräldrar ett komplett och skräddarsytt barnkalas. Det innefattar planering, inbjudning, förberedelser, genomförande samt återkoppling. Kundens enda uppgift är att välja och specificera sitt barns kalas när det gäller tema, mat och inbjudningslista. Resten löser Kalasevent, it's as simple as that. Dessutom bidrar din bokning till att barn som har svåra förutsättningar får en dröm i uppfyllelse tillsammans med oss på Kalasevent vilket du kan läsa mer om på sida 3.

Resurser

En nyckel till framgång är att Kalasevent levererar ett osannolikt roligt kalas som skapas via en noga utvald personal som är både barnslig och professionell. Kalasets fokus ligger på kundens behov och de kriterier som kunden har valt ut. Varje kalas är individbaserat och målet för varje avslutat event är att alla barn ska gå hem med ett leende på läpparna. All anställd personal är utvalda tack vare sitt sinne för lek och ansvarsfullhet samt den serviceinställning de besitter. Vi är övertygade om att personalen skapar rätt förutsättningar för ett lyckat kalas.

Genom avtalade samarbeten med andra företag, bland annat inom kalasbranschen, skapar vi förmåner som rabatterade priser. Dessa samarbeten är en av alla våra viktiga framgångsfaktorer. Den främsta framgångsfaktorn är dock Kalasevents dedicerade och kreativa ledning. Tillsammans skapar fyra drivna individer teamet som ska bygga upp ett starkt varumärke förknippat med professionalitet och kvalitet. Under ledning av VD Hubert arbetar vi gemensamt mot våra uppsatta mål. Till vår hjälp har vi också rådgivarna Erik Hernborg, Filip Bengtsson och Micco Grönholm.



Alone we can do so little; together we can do so much

Buy one help one

Alla barn förtjänar att ha sitt eget kalas, speciellt som liten då födelsedagen är höjdpunkten på året. Lisa 8 år har dock inte denna möjlighet. Hennes familj är splittrad och hennes mamma har inte tiden till att anordna ett födelsekalas för Lisa då mamman arbetar dubbelt för att få ekonomin att gå ihop. Att Lisa inte ska få ett födelsekalas som de andra barnen tycker vi är både förfärligt och orättvist. Idag vet vi att Lisa inte är ensam i den här situationen. Många barn växer upp i svåra förhållanden där föräldern inte vill eller kan ordna ett födelsekalas till sitt barn. Då vi på Kalasevent tycker att alla barn förtjänar sitt eget kalas har vi infört ett system där vi hjälper barn i dessa fall.

Systemet bygger på att efter vart sjätte barnkalas vi säljer till ordinarie pris ger vi ett barnkalas till en familj som inte själva har möjligheterna att ordna ett. Vi har under året budgeterat att sälja 20 barnkalas vilket i sin tur medför att vi kommer kunna hjälpa 3 barn under svåra förhållanden. På detta vis kan vi hjälpa utsatta barn, bland annat Lisa, och ge dem sitt drömkalas.

Genom ett samarbete med Socialförvaltningen och Svenska kyrkan kommer vi få hjälp att hitta vilka familjer/barn som saknar möjligheterna till att anordna ett kalas.

Products are made in the factory, but brands are created in the mind

Ledstjärnor

Glädje

”Ett kalas behöver inte bara vara ett kalas, ett kalas kan vara så mycket mer.”
Att skapa minnen och upplevelser utöver det vanliga är något vi på Kalasevent ständigt strävar efter. Vi vill ge kunden glädje och lycka. Glädje är dessutom en utav de främsta variablerna som Kalasevent arbetar internt med och för att lyckas krävs ett gediget arbete.

Kvalitet

Vi erbjuder kunden inre värden som gör att kalaset inte enbart blir ett kalas, utan en helhetsupplevelse som skapar minnen för livet. Vad som är viktigt för oss på Kalasevent är att barnen kommer i centrum samt att kunden skall känna sig tillfreds med sitt val av eventbolag. Vi tror på att kunden berättar vidare för sina vänner som i sin tur för vidare vårt varumärke. För att kunden i första ledet ska föra Kalasevent vidare krävs trovärdighet som skapas genom att vi håller de kriterier som är utlovade.

Flexibilitet

Kalasevent erbjuder kunden ett kalas som är anpassat efter dennes önskemål. Med stort engagemang och en välanpassad personal skapar vi något utöver det vanliga. Med andra ord - Vi erbjuder ett kalas som är individuellt anpassat.

Vision

Om fem år har Kalasevent flest marknadsandelar i Sverige samt ett etablerat kontaktnät runt om i landets storstäder. Vid planering av barnkalas är vi förälderns förstahandsval och variabler som kvalité, flexibilitet samt glädje dyker upp i våra potentiella kunders tankegångar.

Mission

Kalasevent erbjuder privatpersoner ett oförglömligt och individbaserat barnkalas där du som förälder varken behöver oroa eller anstränga dig över att få ihop en fantasifull tillställning. Istället kan du överlämna ansvaret till oss för att kunna koppla av samt sitta ner och iaktta när ditt barn njuter av sitt drömkalas.

Be so good they can't ignore you

Mål

Vi på Kalasevent strävar konstant efter att skapa ett starkt varumärke som kännetecknas av kvalité, glädje samt flexibilitet. Under UF-året kommer vi inledningsvis att etablera vårt varumärke i Helsingborg stad. Därefter kommer vi genom ett franchisingsystem att etablera varumärket Kalasevent i landets större städer. En etablering i städer utanför Helsingborg kommer dels att föra vidare vårt kalaskoncept men också "Buy one help one". I sin tur genererar det att fler barn med svåra förhållanden kommer få fira sin födelsedag. Budgeterad omsättning ligger på 78 200 SEK och är beräknad på en försäljning av 20 kalas. 30% av kalasen skapar en intäkt på 4 200 SEK vardera medan resterande 70% av kalasen bidrar med en total intäkt på 49 000 SEK.

Marknad

Vi finns i skrivande stund tillgängliga i Skåne men kommer under året att etablera oss i några av landets större städer. Vår marknad är där det finns barn som fyller år och föräldrar som är villiga att lägga en slant extra för att uppfylla sitt barns dröm.Vi kommer att börja etableringen i Skåne och Helsingborg men inom kort kommer vi att etablera oss i resterande storstäder i landet.

Konkurrenter

I dagsläget är Kalasevent det enda bolaget som förmedlar en tjänst innehållande planering, inbjudning, förberedelser, genomförande samt återkoppling på marknaden. Vi erbjuder ett komplett kalas från grund och botten vilket många av våra indirekta konkurrenter inte gör. I nuläget konkurrerar vi med Busfabriken och Laserdome men i framtiden ser vi gärna att ett samarbete uppstår på så sätt att det gynnar båda parterna. En annan självklar konkurrent är att föräldrar själva kan göra kalaset, istället för att anställa Kalasevent.

Kunder

Kalasevents tjänst riktar sig till föräldrar runt om i Sverige som har barn i åldrarna 6 till 11 år. Personen ska också vara villiga att unna sina barn extra lyx för att ge dem ett sagolikt kalas.

Värva

Vi kommer alltid vara tillgängliga för föräldrar som inser fördelarna med att använda sig av Kalasevent vilka är ett enormt tidspar, bidragande till "Buy one - Help one." och framförallt att deras barn får ett drömkalas. När vi skickat ut inbjudningar till det kalas som beställts kommer de inbjudna behöva anmäla sig via vår hemsida. I anmälningen skriver de i sin mailadress och på så vis har vi minst 20 nya personer som tillhör vår specifika målgrupp, som vi kan skicka ut kontinuerlig reklam till.

Leverera

När en beställning på ett kalas har gjorts är det upp till oss att leverera precis det som kunden efterfrågar. Kalasevent börjar med att göra alla förberedelser inför kalaset. Därefter utför vi kalaset såsom överenskommet med kunden.

Utveckla

Alla kunder som har köpt vår tjänst samt alla som befunnits sig på våra kalas kommer att ingå i vårt kundregister. På så vis kan vi hålla kontinuerlig kontakt med dem och då erbjuda föregående kunder ytterligare ett kalas. Efter varje kalas följer vi upp vad som gick bra respektive dåligt på kalaset, därefter använder vi utvärderingarna till att förbättra varje kalas.

Behålla

Efter varje kalas är Kalasevents mål att kunden ska känna sig 100% nöjd med kalset och oss som orginitation. I längden medför det att kunden återkommer samt att kunden berättar om Kalasevent för vänner och bekanta vilket kan generera nya potentiella kunder. Upprätthållningen av kontakt samt merförsäljningen till befintliga kunder kommer även ske via en regelbunden mailkontakt med personliga och skräddarsydda erbjudanden.

The key is not to prioritize what's on your schedule, but to schedule your priorities.

Tidsplan

	Sep	Okt	Nov	Dec	Jan	Feb	Mar	Apr	Maj
Samarbetspartner		■	■	■	■	■	■	■	■
Affärsplan	■	■	■						
Försäljning			■	■	■	■	■	■	■
Marknadsföring			■	■	■	■	■	■	
Mässor				■		■	■		■
Webb-lansering		■	■						
Delårsrapport					■				
Års-redovisning									■
Grupp-utvärdering		■		■		■		■	
Avveckling									■
Styrelsemöte		■		■		■		■	
Registrering	■								
Utveckling av webbplats					■				
Bankkonto öppnat		■							
Fotografering		■							
Riskkapital		■	■						
Återuppstår i AB									■

Marknadsföring

Kalasevents marknadsföring bygger på tre olika specifika strategier. Vi tror på att en kombination av följande strategier kommer att göra vår vision till verklighet; nämligen att bli störst inom branschen.

- I Sverige finns ett offentligt register som innehåller personfakta såsom ålder, födelsedagar samt adresser. Att vi har tillgång till denna informationen ger Kalasevent möjligheten att skicka ut personliga gratulationer till vår målgrupp lagom i tid till att tanken på ett barnkalas uppkommer. Sex veckor före barnets födelsedagskalas landar därför en gratulation i brevlådan som i sin tur kommer ge föräldrar ett erbjudande. Kalasevent vill vara det självklara valet.

- ”Varje nöjd kund skapar fem nya kunder” lyder ordspråket som används flitigt i marknadsföringsbranschen. Eftersom Kalasevents främsta kanal till nya kunder är ambassadörsmarknadsföring har vi valt att lägga stor vikt vid att varje barn lämnar våra event med ett leende på läpparna. För att förstärka glädjen får varje barn också en goodiebag innehållande vattenflaska, godis samt reklamblad vid kalasets slut. Detta ser vi som strategi till 20 potentiella nya kunder som vid godkännande hamnar i Kalasevents kundregister.

- Utöver förgående strategier arbetar vi med traditionell marknadsföring via diverse skolor, dagis och fritidsgårdar. Internet och sociala medier är väsentliga faktorer som kommer att leda kunden till vår hemsida, kalasevent.com.

Build your weaknesess until they become your strenghts

Internt

Positivt

Negativt

S W
O T

Strengths

- Engagerad personal
- Går in helhjärtat
- Höga ambitioner
- Erfarenheter inom service, omhändertagande av barn och försäljning

Weaknesses

- Nya som egenföretagare
- Begränsad tid då vi gör det parallellt med studierna

Opportunities

- Tillskillnad från våra konkurrenter erbjuder vi ett komplett kalas.
- Finns behov av ett personligt och flexibelt kalasalternativ.
- Finns många ungdomar att sysselsätta.
- Vårt "buy one help one" koncept ger kunden ännu en anledning att välja oss.
- Verksamheten gynnar samhället

Threats

- Svag varumärkeskännedom
- Lågkonjuktur
- Finns redan väletablerade konkurrenter
- Föräldrar väljer ofta att anordna kalas själva.

Externt

Teamwork divides the task and multiplies the success

Organisationen

Hubert Hågemark

Verkställande direktör

Ett företag arbetar konstant med att bli bättre. En förutsättning är då att företagets vice direktör leder gruppen framåt mot det gemensamma målet. Hubert har både god kunskap om försäljning och personalhantering samt en stark förmåga att sätta sig in i andras situationer. Med ett skratt som får alla att känna sig välkomna skapar Hubert en god arbetsmiljö i en god kombination av nytta och nöje. Hubert är oerhört målmedveten och driven vilket kommer hjälpa företaget med sina mål och leda oss till en ljus framtid.

Agnes Lindvall

Ekonomichef & Personalansvarig

Utan en stabil och strukturerad ekonomi blir ett företags framtid kortvarig. Agnes är den mest strukturerade personen vi känner och hon är ett geni med siffror. Följaktligen är Agnes som skapad för att sköta ekonomin där vi kollegor aldrig behöver oroa oss för misstag. För att kunna vara ansvarig över personalen krävs det även här stor struktur men framförallt en väldigt förtroendegivande och omtänksam person vilket är några av Agnes signum. Att Agnes är personalansvarig är därför inget svårt val. Agnes är även en person som alltid för både gruppen och företaget framåt på ett glatt och på proffsigt vis.

Ninni Svensson

Försäljningschef & Kundansvarig

Försäljningen är utan tvekan avgörande för ett företag. Ninni har enligt oss medarbetare en naturbegåvning att övertyga och locka folk till det hon vill och det är just därför Ninni är självklar som försäljningsansvarig. Förutom hennes specialiteter inom försäljning är Ninni en oerhört avslappnad kollega som är extraordinär med människor. Sålunda är hennes plats som kundansvarig lika den självklar. Hon fortsätter imponera på oss varje dag och är enligt oss en diamant som slipas mer och mer med tiden.

Erik Nobs Lindau

Art Director & Marknadsansvarig

En mer social och kreativ person än Erik är svårt att hitta. Hans öga för design och vad som fungerar grafiskt gör honom given till jobbet som Art Director i företaget. Erik bär på en kreativ och förnuftig sida som bidrar till att han alltid har smarta och ovanliga förslag som bidrar till vår genomtänkta och träffsäkra marknadsföring. Det måste även nämnas att Erik är en fantastisk person som alltid har ett stort leende på läpparna. Lika träffsäkra som hans synpunkter är, lika träffsäkra är hans skämt. Han är alltså en stor nyckel till vår hopsvetsade gemenskap.

Money is not everything, but it is a good tool

Ekonomisk plan

Kalasevent har en budgeterad omsättning på 78 200 SEK baserat på att vi kommer utföra 20 kalas och årets resultat blir då 23 893 SEK. Redan efter 7 kalas eller 25 970 SEK har vi nått nollpunkten vilket innebär att våra fasta kostnader är täckta och övrig försäljning kommer generera en vinst.

Vi har budgeterat 20 kalas varav 30% av dem är avsedda för 30 barn medan resterande 70% är planerade för 20 barn per kalas. Kalasevent har en säkerhetsmarginal på 13 kalas eller 52 230 SEK.

Kalasevent kommer att finansiera alla sina tillgångar med eget kapital.

Konto	Namn		Noter
Intäkter			
3010	Försäljning	74200	1
3510	Lokalevent	4000	2
Summa intäkter		78200	
Kostnader			
4010	Inköp	22500	
4011	Välgörenhetskalas	5793	
5010	Lokalevent	4000	
5410	Förbrukningsmaterial	1800	
5930	Reklam vid Event	6900	
5940	Mässor	1000	
5940	Monter	2500	
5970	Marknadsföring	3600	
6500	Inhyrd personal	4434	
6990	Övriga kostnader	1000	
6991	Registreringsavgift	300	
7315	Resor	480	
Summa kostnader		54307	
8999	Årets resultat	23893	

Noter

Resultatbudget

[1] Vi beräknar en omsättning på 74 200 SEK grundat på en försäljning av 20 kalas. Av dem är 30% avsedda för 30 barn vilket ger en intäkt på 25 200 SEK och resterande 70% av kalasen är riktade till 20 barn per kalas som i sin tur genererar en intäkt på 49 000 SEK.

[2] Vi beräknar att kunden vill hyra lokal 50% av våra beställningar vilket ger oss en intäkt på 4 000 SEK då kostnaden per timme ligger på 100 SEK och kalaset varar i 4 timmar.

Likviditetsbudget

[3] Vid avveckling delas vinsten lika till samtliga medlemmar enligt beslut i Kalasevents bolagsordning.

Konto	Namn	Sep	Okt	Nov	Dec	Jan	Feb	Mars	Apr	Maj	Noter
IB		0	500	1500	270	2101	4901	5651	13432	23022	
Inbetalningar											
2081	Riskkapital externt		2000	4000	1000						
2082	Riskkapital internt	1000									
3010	Försäljning				10500	11200	10500	15400	15400	11200	
3510	Lokalevent				400	800	800	800	800	400	
Summa inbet.		1000	2000	4000	11900	12000	11300	16200	16200	11600	
Utbetalningar											
4010	Inköp			3150	3400	3150	4700	4700	2100	1300	
4011	Välgörenhet					1931	1931		1931		
5010	Lokalevent			400	800	800	800	800	400		
5410	Förbrukningsmaterial		900			900					
5930	Reklam vid event			900	1050	900	1500	1500	600	450	
5940	Mässor						300	400	300		
5940	Monter				1500		500		500		
5970	Marknadsföring		100	500	2500	500					
6500	Inhyrd personal				739	739	739	739	739	739	
6990	Övriga kostnader	200		200		200		200		200	
6991	Registrering	300									
7315	Resor			80	80	80	80	80	40	40	
2081	Riskkapital externt									7000	
2082	Riskkapital intert									1000	
2010	Eget uttag									23893	
Summa utbet.		500	1000	5230	10069	9200	10550	8419	6610	34622	3
UB		500	1500	270	2101	4901	5651	13432	23022	0	

The best way to predict the future is to create it

Framtid

Kalasevent ser positivt på framtiden. För att företaget ska lyckas med verksamheten är det många faktorer som spelar roll. Samtliga i nuvarande ledning planerar att fortsätta med Kalasevent efter avveckling och vi kommer att starta Kalasevent i form av ett aktiebolag.

Etablering & Positionering

En hög varumärkeskännedom inom det geografiska området vi verkar i är betydande för att skapa nya kunder. Kalasevents varumärke kommer stärkas via häftiga och banbrytande marknadsföringsevent men framförallt via ambassadörsmarknadsföring. Ett starkt varumärke med tydliga värderingar är en nödvändighet för att kunna behålla våra kunder. Följaktligen är det avgörande för Kalasevent att vi alltid levererar som lovat och uppfyller kundens alla önskningar. Vårt "Buy one Help one"-koncept bidrar även till ett positivt laddat rykte vilket i sin tur kommer att stärka Kalasevents varumärke ytterligare.

Expansion

Kalasevent skall expandera företagets verksamhet till andra delar av Sverige via ett genomtänkt franchisingsystem. Detta kommer ge oss en större kundgrupp och en geografiskt bredare marknad. I och med expansionen behöver vi också utöka vår organisation med fler anställa.

Franchisingsystemet byggs upp av vår etablering i Helsingborg och ska genomföras nästintill identiskt i Sveriges övriga storstäder. Det kommer att finnas anställda som arbetar under ett provisionssystem där de får betalt beroende på hur många kalas deras kunder beställer.

Långvariga kundrelationer

En god och återkommande kundrelation är en viktig framgångsfaktor för Kalasevent. En god relation kommer vi att skapa med hjälp av ett par olika metoder. Dels via uppföljning av kalas dels genom kontinuerliga mailutskick. En ständig återkoppling till kunden med träffsäkra erbjudanden och en personlig touch skall också leda till en långvarig kundrelation.

Fler samarbetspartners

Kalasevent kommer knyta kontakt med företag som verkar i samma geografiska område som vi och, eller företag med liknande målgrupp som vi. Det kommer ge Kalasevent reducerade priser av varuinköp och ett bredare kontaktnät, i utbyte mot att vi marknadsför dem.

Helsingborg, 13/11 2013

Hubert Hågermark
Verkställande direktör

Ninni Svensson
Försäljningschef & Kundansvarig

Erik Nobs Lindau
Art Director & Marknadsansvarig

Agnes Lindvall
Ekonomichef & Personalansvarig

Tack Erik Hernborg, Filip Bengtsson, Micco Grönholm och Chris Hansson

KalasEvent
EVERY KIDS DREAM

WWW.KALASEVENT.COM
INFO@KALASEVENT.COM