

Leather & Ellen

Affärsplan Tvåtusentretton

Innehållsförteckning

Innehållsförteckning	2
Verkställande Direktör har ordet	3
Affärsidé	4
Produkt	4
Naturen räddar oss - vi måste rädda den...	5
<i>Vi älskar UNICEF</i>	5
Marknad	6
<i>Marknad</i>	6
<i>Marknadsundersökning</i>	6
<i>SWOT-analys</i>	6
Konkurrens och marknadsföring	7
<i>Konkurrens</i>	7
<i>Marknadsföring</i>	7
Organisation	8
Rådgivare	8
Mål- och prissättning	9
<i>Strategi</i>	9
<i>Prissättning</i>	9
Tidsplan	9
Siffror (det roliga)	10
Framtid	11
Executive summary	11
<i>Let's sign!</i>	<i>12</i>

Verkställande Direktör har ordet

Historia är inte en Discovery-dokumentär, mp3-spelare du hade som barn eller det första iPhone-spelet. Historia är något som rört sig, tagits med, med skavanker från dess förflutna - något med anmärkningsvärd historia.

Genom historien har vi förflyttat oss och med har vi tagit oss papper, dokument och bilder - idag tar vi med oss vår laptop. Oavsett vad du tar med dig - we've got you covered! Leather & Ellen ger dig den autentiska känslan, väskor med historia. När du bär en Leather & Ellen-väska bär du inte en väska - du bär historia.

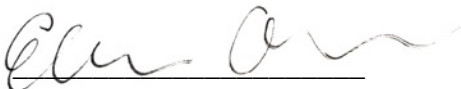
Känner du dig som en businessman? Köp väskan som den svenska bankern hade över sin axel varje dag då han gick till jobbet under 1960-talet.

Känner du dig som en soldat? Köp cykelväskan som den brittiska soldaten hade med sig vid den tyska fronten.

Varje väska vi säljer är genomgången reparerad, fixad och putsad till dig.

**Leather
& Ellen**

... a piece of history



Ellen Olsson, VD



Affärsidé

Leather & Ellen erbjuder tidlösa trendiga väskor med historia till Dig som vill ha det snyggaste hängandes över axeln via direkt- och webbförsäljning i Sverige

Produkt

Leather & Ellen erbjuder charmiga läderväskor i olika former och storlekar från 30-talet och framåt. Varje väska har en historia och vår ambition är att föra var och en av dessa vidare. Väskorna vi säljer ska ärvas och användas av generation efter generation. Alla våra väskor är tillverkade i äkta läder och vid leverans är dessa helt färdiga för att användas många år framöver. Varje väska levereras med ett skräddarsytt dokument som förklarar och visar dess historia och var den varit i världen. Det skapar mervärde. Vårt sortiment sträcker sig från weekend-bags till portföljer.

Framtagning sker på följande vis:

1. Vi köper väskor via loppisar, auktioner och köp- och säljhemsidor. I detta moment **Intervjuar** vi före detta ägaren, söker på produktionsnumret och tar reda på var väskan varit och när den användes.
2. Väskorna förs till vår samarbetspartner, Mr Carol, där vi syr om sömmar som slitits upp, putsar upp lädret, byter ut ev. handtag – renoverar dem så att de kan användas varje dag - varje väska ska vara redo att användas. Tillsammans med lokala skomakare får vi expertishjälp på området.
3. Matchar väska med köpare - på mässor eller via vår hemsida.
4. Tar betalt.

Att köpa en väska från Leather & Ellen ska kännas tryggt och enkelt. Därför erbjuder vi alltid bästa service, snabb leverans och enkla betalningsmetoder som ex. I-Zettle. För att säkerställa att produktens kvalitet motsvarar Leather & Ellen's standard samt kundens förväntningar följer vi upp varje köp. Detta resulterar i alltid nöjda kunder, och inte minst – merförsäljning – en väska leder till en annan.

Naturen räddar oss - vi måste rädda den...

Vi strävar alltid för miljömässig perfektion. Varje år importerar vi svenskar tusentals ton läder. Detta innebär stora, knivdjupa sår i miljön. Dessutom skadar det oss ur ett etiskt perspektiv. Skinn- och läderindustrin medför utsläpp av många giftiga ämnen som till exempel arsenik, krom, kvicksilver, bly, färgmedel och cyanidbaserade kemikalier.

Varje gång konsumenten köper en Leather & Ellen-väska, istället för en nyproducerad läderväska, bidrar hon till minskade utsläpp och en värld utan kemikaliebaserade försurningar. På så vis räddar vi miljön. För varje kilo läder vi sparar, sparar vi även på vår miljö.

Recycling är viktigt för oss. Återvinningsmässigt har vi det enkelt - vi säljer väskor med ett sentimentalt mervärde (vilket gör väskan svårare att slänga). Dessutom bidrar vi miljömässigt varje gång vi köper in väskor för uppsatsning; istället för att en väska med intressant historia slängs, hamnar den hos oss och sedan hos konsumenten. På så vis skapar vi en hållbar framtid.

"Recycling är vår verksamhets nyckelord"

Vi älskar UNICEF

Den största produktionen av läder som importeras idag är från U-länder. Där tvingas arbetare tvingas under katastrofala förhållanden där både barn och vuxna vistas i en miljö, besudlad av oerhört giftiga och hälsofarliga kemikalier samt oftast dåliga och osäkra maskiner. Vi motsätter oss detta och kommer därför skänka 5% av resultatmässig vinst till **UNICEF**. Vi bryr oss.



Marknad

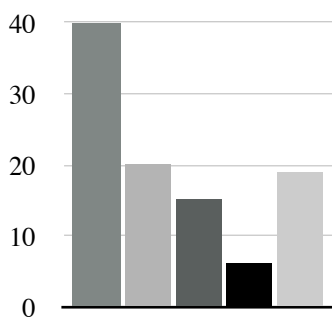
Marknad

Under århundrade har vi rest, förflyttat oss och tagit med oss saker. Alla människor behöver en väska. Vår marknad består av människor som vill förflytta sig med stil. Oavsett ålder, kön eller författning.

Vår marknad grundar sig främst på Öresundsregionen - men varför sluta där? Världen ligger under våra fötter och vi vill att alla ska få chansen att införskaffa sig en Leather & Ellen-väska. Genom både direktförsäljning och försäljning via webb kan vi nå ut till en stor målgrupp, men samtidigt bibehålla den kvalitetssäkra relationen med våra kunder.

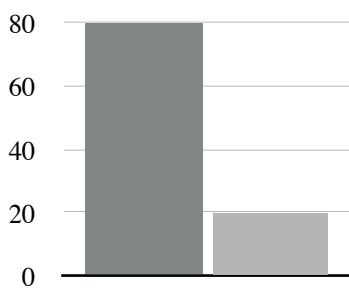
Marknadsundersökning

■ 15-20 ■ 21-30 ■ 31-40
■ 41-50 ■ <50



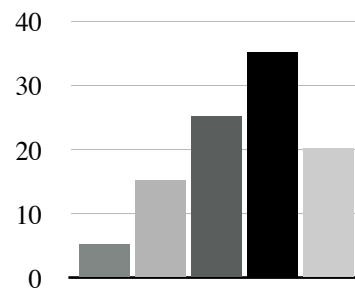
Hur gammal är du?

■ Ja ■ Nej



Är du intresserad av en historiefylld väska?

■ < 100 ■ < 300 ■ < 500
■ < 700 ■ < 900



Vad är du villig att betala för en Leather & Ellen väska?

SWOT-analys

S

- Stabil och innovativ organisation
- Stark produkt
- Stor efterfrågan
- Miljösnäll produkt
- Produkttrend

W

- Tunn kunskap kring branschen
- Få kontakter inom branschen

O

- Kan bli starkt varumärke
- Flera marknadskanaler
- Nationellt som internationellt intresse

T

- Vintage-trenden svalnar
- För högt pris

Konkurrens och marknadsföring

Konkurrens

Vi har inga större konkurrenter på marknaden, och konkurrens behöver inte alltid vara konkurrens. Vi ser istället möjligheter, business föder business. Istället för att tävla mot stora aktörer som Tradera, Blocket och liknande tjänster som säljer retrobegagnat, kan vi se samarbetsmöjligheter med dem. Vi är sannerligen unika.

Marknadsföring

Vi tror på "word of mouth". Våra kunder ska känna samma passion för våra väskor som vi på Leather & Ellen gör. Som vi tidigare nämnt är vi mycket måna om att våra kunder ska känna sig trygga och nöjda vid varje köp. Denna trygghet och nöjdhet i kombination med den passion vi hoppas att alla våra kunder känner för varumärket, ska smitta av sig på våra nykommande kunder.


Sociala medier

Via sociala medier som exempelvis Facebook och Twitter sprider vi vår reklamkampanj "History. In a bag.". Vi har dessutom kontakt med en nationellt känd bloggerska med fokus på mode som har erbjudit sig att samarbeta med oss då hon älskade affärsidén lika mycket som vi. Via bloggen kan vi direkt komma i kontakt med precis vår unika målgrupp – personer som vill hänga något unikt över axeln.

Reklam

Under året kommer vi genomföra ett antal marknadsaktiviteter som innefattar reklam. Exempelvis artiklar om oss i lokala tidningen (HD), reklam via webb, nätverksträffar och liknande. Varje ögonblick av Leather & Ellen ska vara unikt för kunden, det är det vi siktar på.

"Leather & Ellen-kärlek kommer uppmuntra varenda en till att köpa en av våra väskor!"




The bag you're looking at isn't your regular bag. It's the bag a brain-doctor carried with him every day on his morning walk to the hospital (in the 70s).

This isn't just a bag. It's a piece of history!

HISTORY. IN A BAG.

Leather & Ellen



**HISTORY.
IN A BAG.**

Each Leather & Ellen bag holds a remarkable history. The one on your left has been used by a Swedish lawyer during the 60s in Stockholm. So: when you buy a Leather & Ellen bag; you don't buy a bag...

...you buy a piece of history...

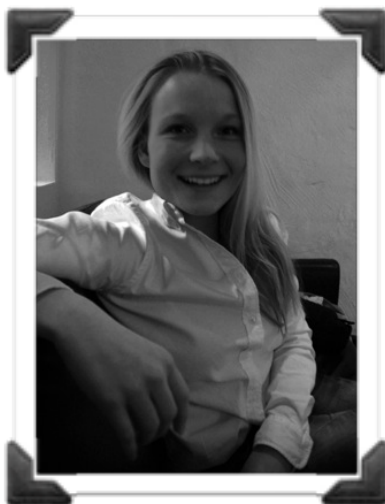
Leather & Ellen

Organisation

Utan en stabil grund för Leather & Ellen kommer den aldrig blomstra. Ett företag behöver ett recept med 1dl kunniga företagsledare, 2dl erfaren grund i form av rådgivare samt några få kryddmått kärlek för att ta sig vidare. Vi har det perfekta receptet!

Ellen Olsson - VD och energispridare

Ellen Olsson står med båda fötterna på marken och är alltid redo för utmaning. Som tidigare tävlande i SM är Ellen ett säkert kort. I hennes närvaro får man alltid sig ett gott skratt. Så fort Ellen stiger in i rummet fylls väggarna med energi, och det är med den energin Ellen kommer göra Leather & Ellen till årets företag!



Adam Bogefors - Allgörare och social strateg

Adam Bogefors är företagets allgörare, från design till marknadsföring - he knows it all. Adam har, precis som Ellen, tidigare tävlat i SM - han vet vad han håller på med. Med ett öga, och öra, för marknad, design och som socialt geni kommer Adam ge företaget en framtidsutsikt som heter duga!



Rådgivare

Helena Connée - Rådgivare

Med mångårig erfarenhet av juridik, ekonomi och företagande blir Helena den perfekta rådgivaren för Leather & Ellen. Helena är glad, positiv och ger inget annat än bra och korrekt feedback. Tillsammans med Helena kan vi ta Leather & Ellen till skyarna!

Joseph Carol - Skomakare och läderexpert

Mr Carol är vår väg in i branschen. Med flera år på nacke verksam som skomakare och läderreparatör har Mr Carol många lärdomar vi kan ta hjälp av. Vi samverkar med Mr Carol för att få den bästa servicen för våra väskor samt att han antagligen är södra Sveriges skönaste skomakare!

Mål- och prissättning

Kortsiktigt: Inom två månader ska vi ha sålt fem väskor.

Långsiktigt: Leather & Ellen ska bli Sveriges ledande retroväskföretag med lönsamhet och stabilitet. Vi ska uppfattas som ett starkt varumärke och ska genom en fokuserad marknadsföring växa ännu starkare. Ytterligare målsättning är att öka online-närvaron.

Strategi

Genom att kommunicera riktigt bra budskap till konsumenterna och genom att ladda vårt varumärke så att våra konsumenter upplever ett ökat mervärde ska Leather & Ellen's varumärke stärkas ytterligare. Vi ska utveckla en webbshop så att försäljningen kan öka. Genom att marknadsföra oss på nya och kreativa vis ska vi synas och sticka ut i mängden, vilket leder till ökad försäljning.

Prissättning

"Fattig student" eller "tät affärsman" – alla som vill ha en unik väska ska ha möjligheten att köpa den! Därför erbjuder vi både väskor till lägre och högre pris, medan kvalitet och standard är densamma på alla våra väskor. Det som kan skilja väskorna åt i prissättningen är storlek och ålder. Vi siktar på ett medelpris på ungefär 800 spann.

Tidsplan

<i>September</i>	<i>Oktober</i>	<i>November</i>	<i>December</i>	<i>Januari</i>
Registrering Bankkonto Byråkrati	Marknadsföring Affärsplan Fotografering	Försäljning Lansering FB Affärsplan Marknadsföring	Julmässa Försäljning	Försäljning Delårsrapport Årsmöte Företagsrapport
<i>Februari</i>	<i>Mars</i>	<i>April</i>	<i>Maj</i>	<i>Juni</i>
Försäljning	Försäljning Regionala mässan	Försäljning Förberedelser inför SM	Försäljning SM	Avveckling eller vidareutveckling

Siffror (det roliga)

Likviditetsbudget Sep '13 - Maj '14									
	Sep	Okt	Nov	Dec	Jan	Feb	Mar	Apr	Maj
Ingående behållning				0		800			2 950
Inbetalningar									
Försäljning			1 600		4 800				3 200
Sponsring			500						500
Egen insättning			500						
Summa inbetalningar			2 600		4 800				3 700
Utbetalningar									
Varuinköp			400		1 200				800
Material			100		300				200
Frakt			100		300				200
Webbsida			650						
Mässavgifter					300				400
Mässa					300				450
Marknadsföring			250		250				
UF-registrering			300						
Utbetalning riskkapital									500
Egna uttag									4 100
Summa utbetalningar			1 800		2 650				6 650
Utgående behållning				800		2 950			

Resultatbudget Sep '13 - Maj '14	
Poster	
Intäkter	
Försäljning	9 600
Sponsring	1 000
Summa intäkter	10 600
Kostnader	
Varuinköp	2 400
Material	600
Marknadsföring	500
Webbsida	650
Frakt	600
Mässavgifter	700
Mässa	750
Uf-registrering	300
Summa kostnader	6 500
Resultat	4 100

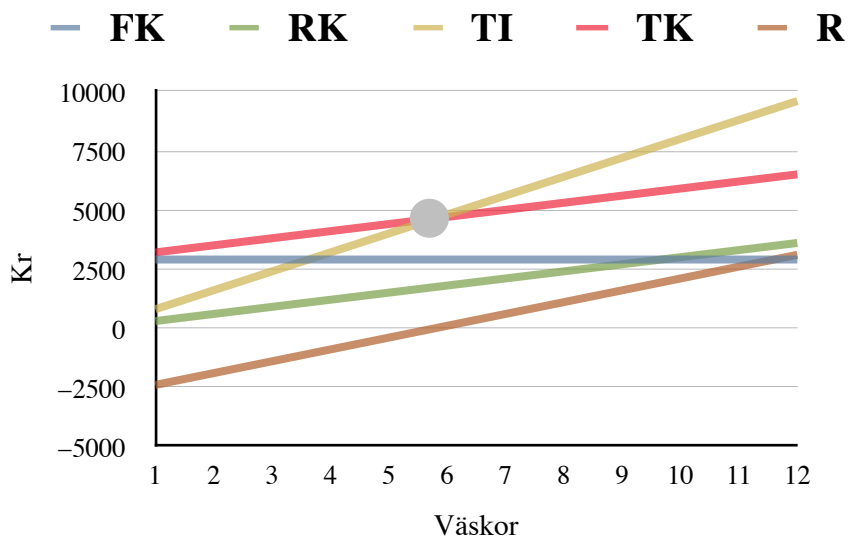
Försäljning: Vi räknar med att sälja **12** väskor under året. Genomsnittspris/st är **800** kr. Det ger oss en omsättning på **9 600** kr.

Nollpunktsvolymen är **5,8** st. ●
 Nollpunktsomsättning är **4640** kr. Täckningsbidrag är **500** kr/st.
 Säkerhetsmarginal i volym är **6,2** st
 Säkerhetsmarginal i % är **51,67** %.

Likviditetsbudgeten är uppdelad i tremånadersperioder, under året i vårt eget arbete följer vi likviditetsbudgeten med detaljerad månadsindelning. Anledningen till varför vi har delat upp denna budget i tremånadsperioder är för att vi anser att det passar bättre i vår layout.

Genomsnittsinköpspris/st är **200** kr.
 Materialkostnader är **50** kr/st.
 Frakt är **50** kr/st

Vi har valt att skänka **5%** av vår vinst till UNICEF.



Framtid

Framtiden ligger i våra händer. Utöver de vanliga framtidsorden ("ljus" och "bra") kan Leather & Ellen vara "the next big thing". Alla ingredienser finns där; ljus marknad, stor efterfrågan, en stabil organisation, innovativt tänkande, en lovande finansiell situation, miljömedvetenhet och framtidstänk.

Framtiden kommer medföra stora förändringar för Leather & Ellen. Nya produkter kommer att lanseras i sortimentet (exempelvis plånböcker och läderanteckningsblock). Med en expansion av företaget kommer även den finansiella situationen förändras - mer likvida medel kommer spenderas på marknadsföring och varuinköp vilket kommer mätta den stora efterfrågan.

Vi är säkra på att Leather & Ellen kommer ligga till grund för framtidens mest framgångsrika företag!

Vision

Vår vision är att bli Sveriges starkaste väskmärken. Vi ska vara den första som konsumenten kommer till om hon vill ha något snyggt att hänga över axeln.

Mission

Vår mission är enkel och tydlig; att bidra till mindre miljöpåverkan och bättre arbetsvillkor för arbetare i U-länder. En väska är ett vackert verktyg som inte ska besudlas med svett och blod från arbetsplatser med dåliga förhållanden!

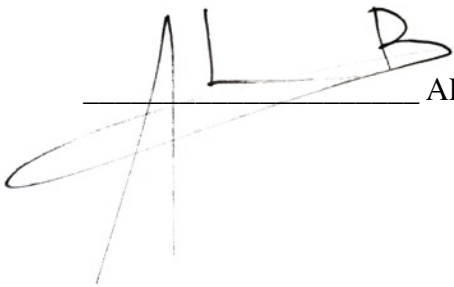
Executive summary

Through time have travelled, we've been moving, and bringing the things we like along with us. A while ago it was animals, today it's a laptop. Our business-model is simple; sell bags with a history. We purchase bags from markets and online retro-sites, interview the former owner, clean the leather and then sell it with a profit.

The company stands on firm grounds; with two driven and young business partners; many great mentors with expertise in sales, leather and the market. Leather & Ellen holds a promising financial situation and a profitable idea. The company is super-green, with a remarkable view and eye for the environmental situation.

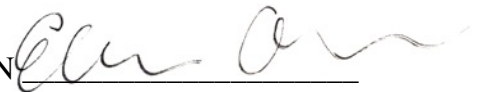
Leather & Ellen is the future of young entrepreneurship. End of discussion.

Let's sign!

Handwritten signature of Adam Bogefors, consisting of stylized letters A, L, and B.

ADAM BOGEFORS

ELLEN OLSSON

Handwritten signature of Ellen Olsson in cursive script.

BARSEBÄCKSHAMN 11/11-13

*Leather
& Ellen*