moi

moi UF *erbjuder, via direktförsäljning, den stil- och miljömedvetna kvinnan kvalitativa, unika och handgjorda silversmycken som produceras i en miljövänlig process.*

en blick in i framtiden

moi UF ska vara ett företag som producerar vackra och stilrena silversmycken, tar sitt ansvar miljömässigt och uppmanar var och en att vara unik.

Handgjort

C'est moi, "det är jag" översatt till svenska, är tre små ord som står för något stort. För vad kan vara viktigare än att få vara sig själv? I en värld full av massproduktion tycker vi i moi UF att det är viktigt att vara något av en motpol, ett företag som bryr sig om varje smycke, varje detalj och som alltid skapar något annorlunda. Alla våra smycken är vad vi kallar miniproducerade, motsatsen till massproducerade. De är skapade för hand till olika människor med olika intressen och olika idéer om vad som är vackert.

Stilrent

moi UF står för stilrena, tidlösa silversmycken med en unik touch. Vår inspiration kommer oftast från naturen där ett rönnbär kan bli en ring och en blomma en berlock.

Miljövänligt

Att alla smycken dessutom tillverkas i Sverige gör att det inte sker så långa transporter vilket är bra för miljön. Vi tar alltså inte bara inspiration från naturen utan vi tar även vårt ansvar miljömässigt. Så företaget som tittar på naturen och ser smycken, företaget som tar sitt ansvar, och företaget som uppmanar var och en att våga vara en individ, c'est moi!

moi

innehåll

1 | *affärsidé*

2 | *en blick in i framtiden*

2 | *innehåll*

3 | *våra smycken / vår verkstad*

4 | *kunder*

5 | *förnyelse & anpassning*

6 | W(H)AM

7 | *vår utmaning*

7 | *våra mål*

8 | *välkommen till moi*

9 | *aktivitet, aktivitet och ännu mer aktivitet*

10 | *ribban är lagd...*

10 | *och pengarna våra*

11 | *vår ljusa framtid*

våra smycken

moi UF är ett företag som håller hårt på att bara sälja miniproducerat, motsatsen till massproducerat. Vi vill vara ett företag som bryr sig om varje smycke, varje detalj och som alltid skapar något unikt. Våra smycken av äkta silver i annorlunda design, betyder något särskilt för oss och för våra kunder. De speglar en vilja att vara speciell och ger kunden en möjlighet att sticka ut.

vår verkstad

Handgjort

Vi på moi UF har valt att själva stå för produktionen då detta ger oss möjlighet att se till att smyckena är av rätt kvalitet och ge våra kunder något alldeles unikt. Vi producerar alla smycken i Sofiero Slotts hantverkstad eller hemma där vi bankar, slipar och stämplar för att få fram våra originella smycken.
För att kunna framställa våra smycken så behöver vi bara vårt silver och friheten att kunna jobba fram vår design. Silverplåten och tråden köper vi på Sofiero hantverksstad där vi kan väga, mäta och känna på silvret innan vi bestämmer oss för om det är rätt kvalitet för vår design.
Maria, vår marknadsansvariga, har gått på en kurs i silversmide i tre år där hon har lärt sig hur man på bästa sätt skapar vackra och användbara smycken.

Annorlunda

Eftersom alla smycken är gjorda för hand så är de alla lite olika och det finns inget som är det andra likt, vilket enligt oss på moi UF bara är bra eftersom vi tycker att det likartade är tråkigt och förutsägbart. Vi har valt att hålla designen och produktionen så nära oss som möjligt för att det ger oss möjlighet att ändra på vår design efter behov och smak. Detta gör att vi lätt kan tillfredställa marknadens och kundernas olika behov och önskemål.

Miljövänligt

Miljön är en av anledningarna till att vi själva producerar våra smycken, detta för att vi ska kunna se till att smyckena är gjorda utan onödiga kemikalier och för att de vi inte ska tära på naturen genom långa transporter.

våra kunder

Kundens behov och önskemål är grunden till vårt företags existens, framgång och utveckling. Denna vision genomsyrar hela företagets verksamhet, i alla moment, stora som små. Vi ser och använder oss av vår målgrupps behov och önskemål för att utforma våra smycken på ett sådant sätt att de ska tillfredställa kunden inte bara som en vacker accessoar utan även som ett personligt uttryck. Budskapen som vi stämplar på våra smycken ska vara något som kunden kan bära med sig i sitt liv i vardagen och fungera som en ledstjärna och ett personligt uttryck. För att bäst kunna tillfredställa kundens behov och önskemål har vi undersökt och tagit hänsyn till livsstilen hos våra potentiella kunder och anpassat smyckena så att de ska tilltala dessa individer.

moi

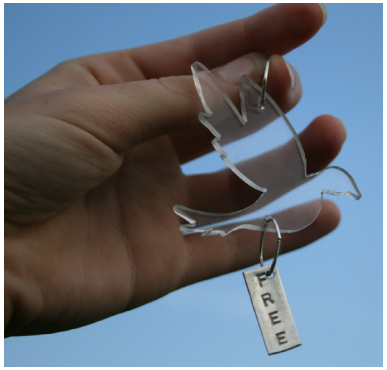
"Varje kund är lika unik och betydelsefull för oss som ett av våra smycken"

Vår målgrupp

Vi riktar oss främst till kvinnor i alla åldrar då våra smycken är tidlösa och passar såväl ung som äldre. Idealkunden är en individ som har känsla för stil och är villig att betala ett rimligt pris för ett vackert hantverk. Kunden vill utstråla sin individualitet och är kanske mån om miljön genom att aktivt välja ett smycke som står för dessa värderingar. Då vi på moi UF är måna om miljön och sköter alla led själva i tillverkningen av vår produkt ser vi till att inga kemikalier används vid smyckestillverkningen och att smyckena inte transporters långa sträckor innan försäljningen. På så sätt tar vi vårt miljömässiga ansvar som företag. Kunden som köper våra smycken vill gynna motpolen till massproducerat vilket vi står för genom att vi endast producerar ett begränsat antal smycken men lägger ner desto större tid och vikt vid varje smycke för att ge kunden mervärde.
Då alla pusselbitar som utgör vår verksamhet bygger på kundens behov och önskemål är det viktigt för oss att kommunicera vårt unika koncept i vår marknadsföring för att tilltala vår specifika målgrupp. Vi vill att kunden ska känna att smycket framhäver hennes personlighet och att de värderingar som smycket står för stämmer överens med hennes livsstil.
Vi människor är inte formade efter samma mall, vi är alla unika, både på utsidan och insidan. Våra smycken genomsyras av denna vackra och humana filosofi och med detta vill vi ge vår kund möjlighet att bland våra smycken finna sin personliga, unika favorit.

förnyelse & anpassning

Vår marknadsstrategi utgår från att lyssna på och hämta inspiration från vår målgrupp för att i kombination med våra egna idéer och visioner skapa en så attraktiv produkt som möjligt.



moi

vårt erbjudande

För att reducera risken för felbeslut och lanseringsmisstag har vi på moi UF gjort research på vår potentiella marknad. Med hjälp av marknadsundersökningar och diskussioner med olika människor har vi sett att det finns ett stort underlag för våra smycken. Efterfrågan är stor på grund av att det är ett vackert, unikt hantverk i ett klassiskt material, silver, till ett rimligt pris.
Det är viktigt för oss att skapa en personlighet kring de smycken vi tillverkar, för att kunden ska känna att produkten bär med sig ett värde och ett budskap utöver det vanliga. Vi strävar efter att utvidga marknaden hela tiden, att tilltala olika grupper av människor med olika sorters smycken.
Förnyelse och möjlighet till anpassning är viktigt för oss på moi UF. Vi är därför alltid flexibla och villiga att utveckla våra smycken utifrån marknadens önskemål och behov. Genom att lyssna på målgruppen skaffar vi oss en sorts "försäkring mot fellanseringar".
I våra marknadsanalyser tar vi hänsyn till ett antal faktorer, såsom kundgruppens konsumtionsvanor, priskänslighet, ekonomiska förutsättningar samt attityd. Vi analyserar motiven bakom kundens val av våra smycken. Vilka känslor skapar våra produkter hos dem? Vilket budskap förmedlar våra smycken?
Det vi kan erbjuda, utöver det vanliga, är att vi gör ett unikt hantverk med ett budskap, tillverkat i det klassiska materialet silver och trots dessa faktorer har smycket ett lågt pris för konsumenten.
Vi har dessutom miljön i åtanke då vi tillverkar våra smycken, för hand, utan kemikalier och genom att undvika onödiga transporter. Just dessa faktorer gör vår produkt speciell i jämförelse med andra smycken och attraherar därför en så pass stor målgrupp. Detta gör oss konkurrenskraftiga och erbjuder mervärde i förhållande till våra konkurrenter. Smycken från moi UF är inte bara smycken, de är hantverk med ett budskap och en personlig bakgrund där all försäljning sker i direkt kontakt med kunden.

W(H)AM!

moi UF *är ett företag som gillar att tänka kreativt, annorlunda och miljövänligt. Så när vi marknadsför oss är det såklart på kreativa och miljövanliga sätt vi syns och hörs.* W(H)AM *"Word Av Mouth"- marknadsföring som vi har valt att kalla vår marknadsföring är ett minst sagt annorlunda sätt att marknadsföra sig på.*

Att nå ut till kunden

Eftersom vi riktar oss till tjejer i åldern 17-35 så har vi en rätt så bra marknad bara runt omkring oss i skolan och i vår miljö.
Vi har därför valt att marknadsföra oss så mycket som möjligt på skolan för att få igång ett "surr" kring våra produkter.
Detta sätt att använda Word Av Mouth är både miljövänligt och effektivt.
Mässor och events är ett bra sätt för oss att nå ut till kunderna direkt men annars lägger vi energi på att hitta nya och kreativa sätt att påminna folk om våra produkter. Att föreläsa på olika klubbar och kvinnliga närverk så som Ladies Circle, Rotary etc. ger oss möjlighet att komma i kontakt med en äldre publik och ger oss ännu ett försäljningstillfälle.
Även genom att få ut produkterna på kommission i olika butiker runt om i Helsingborg har vi lättare att nå ut till olika människor som inte kommer i direkt kontakt med oss. I butiker står det även en liten skylt bredvid våra produkter där vi påminner kunden om våra ledord, "handgjort, stilrent, miljövänligt". Vi är även noga med att förklara tydligt för försäljarna i butiken vad vi vill stå för och hur de ska framhäva produkten på bästa vis.
Vår marknadsföring ska få en att verkligen haja till, W(H)AM! helt enkelt.

Våra värderingar

Vi försöker i vår marknadsföring att kommunicera våra värderingar och kärleken till varje smycke. Därför inkorporerar vi ofta naturen i våra annonser som för att visa på vårt miljöintresse. Allt för att moi UF ska bli ett så starkt varumärke som möjligt och för att sälja våra smycken.

vår utmaning

I smyckesvärlden finns det billiga massproducerade smycken av halvfabrikat, massproducerade silversmycken och dyra handgjorda guld-, silver- och platinasmycken

moi UF vill fylla det tomrum som finns där emellan, eftersom finns väldigt få handgjorda silversmycken till ett rimligt pris på marknaden. Vår största konkurrens är etablerade silversmeder som redan har skapat sig ett varumärke så som Efva Attling men, där har vi en fördel vad det gäller priset. För att vi ska stå oss i konkurrensen så håller vi alltså våra priser så låga som möjligt utan att kompromissa med våra värderingar kring hantverket och kvaliteten på smyckena. Resultatet är att moi UF är ett unikt företag som lyckas kombinera hantverk med låga priser.

moi

våra mål

Vi på moi UF anser att det är viktigt att vara målinriktade. Därför satte vi oss tillsammans ner och började diskutera hur högt vi skall sätta ribban och vad vi behöver göra för att nå våra mål.

I korthet blev resultatet att vi vill vinna Bästa hantverk på den regionala mässan i mars och på den nationella mässan den 18-19 maj.
Vi vet att våra handgjorda silversmycken är unika då inget är det andra likt och vi hoppas därför bli nominerade och vinna första priset.
Ett annat mål moi UF har, är att vinna pris för Bästa affärsplan.
Vår affärsplan har ett snyggt och stilrent uttryck. Språket är korrekt och vi har en bra struktur vilket gör det lätt att hitta huvudrubrikerna vilket lockar till läsning.
Vi har även som mål att fortsätta driva moi UF efter UF-året.
Vi anser att det finns stora möjligheter till detta eftersom det redan är flera butiker i Helsingborg som skyltar och säljer våra smycken.
Att dessa butiker tar in våra produkter är otroligt viktigt för företaget och det kan leda oss ut i näringslivet och bidra till ett nytt kontaktnät.
Förutom våra gemensamma mål har vi även individuella målsättningar som var och en själv har valt och strävar efter att uppnå.
För Cecilia Lindgrens del är målet att utvecklas som person och få värdefulla livserfarenheter. Frida Wester och Maria O'Brian vill också få erfarenhet och kunskap för livet, utvecklas som person och se gruppen nå framgång.
Vi har en bra kommunikation och vi är öppna och ärligt mot varandra.
För att kunna nå varandra utanför skolan använder vi telefon, sms och Internet, både via egen mail adress men så gott som alltid försöker vi använda moi UF:s egen mail adress, c'estmoi.uf@gmail.com.

välkommen till moi

För att moi UF:ska nå framgång behöver vi både personella och materiella resurser. Dessa används för att kunna strukturera och genomföra företagets arbete och delmoment. moi UF:s organisation består av 3 medarbetare som driver företaget. Vi tror på delat ledarskap och är ett väldigt jämlikt företag.

Medarbetarna utgör tillsammans med företagets nätverk de personella resurser som företaget använder sig av. Nätverket är viktigt för moi UF då vi med hjälp av det kan utvecklas och få nya synvinklar på vår verksamhet då vi alltid strävar efter utveckling och framgång. Vi får inspiration och stöd av våra rådgivare från näringslivet; Cia Ankerst, grafisk designer och Eva Stenström, EHS manager, Swedwood samt Jessika Björnberg, studerande och Wenche Andersson, studerande, vilka vi är mycket tacksamma för deras engagemang i företaget. De materiella resurserna utgörs framför allt av materialet för tillverkningen av smyckena, silver, samt lokalerna där vi producerar våra smycken och bedriver vår administrativa verksamhet. Produktionen av smyckena äger oftast rum på Sofiero Slottsverkstad. För övrigt använder vi oss mycket av oss själva, våra idéer och vår vision för att hela tiden hitta nya, kreativa sätt att synas och bedriva vår verksamhet.

moi

Frida Wester, VD

Frida Wester är organiserad och målmedveten och valdes därför till VD. Detta innefattar ansvar för företaget i helhet samt att strukturera företagets verksamhet. Det är också av betydelse att vd:n informerar övriga medlemmar om uppgifter som skall genomföras och detta med framförhållning, så att risken för stress minimeras.
Frida ansvarar för att företaget uppnår sina kortsiktiga och långsiktiga mål.
Vd:n ansvarar även för att organisera företagets viktiga papper och dokument samt har ansvar för företagets bolagspärm och dess innehåll.

Cecilia Lindgren, ekonomiansvarig

Cecilia Lindgren är ambitiös och har stenhård koll på siffror vilket är perfekta egenskaper för en ekonomichef. Denna roll innefattar ansvar för allt som har med företagets ekonomi att göra, såsom ekonomipärmen och bokföringen. Det är viktigt att dessa alltid är uppdaterade så att inget glöms bort.
Den ekonomiansvariga skall ha övergripande koll på de pengar som strömmar in och ut ur företaget.

Maria O´Brian, marknadsansvarig

Maria O´Brian är kreativ och framåt, så rollen som marknadsansvarig var given. Denna roll innebär att sköta all extern kontakt med eventuella försäljare och butiker som säljer våra smycken eller marknadsför oss. I denna roll ingår även att sköta kontakterna kring företagets marknadsföring och publicitet.
Det är även bra om den marknadsföringsansvariga, liksom övriga medlemmar i företaget, alltid har ögon och öron öppna för eventuella möjligheter för att kunna marknadsföra företaget på olika sätt.

aktivitet, aktivitet och ännu mer aktivitet

På moi UF anser vi att vägen till framgång till stor del ligger i att planera och strukturera för att kunna leverera och utvecklas som företag. Vi strävar hela tiden framåt och ser positivt på de möjligheter som framtiden har att erbjuda. Med detta i åtanke har vi skapat en verksamhetsplan som är både detaljerad och övergripande i ett större perspektiv. Den innefattar de mål vi strävar efter att uppnå varje månad och de moment vi skall ha färdigställt. För att möjliggöra en dynamisk utveckling är den även utformad så att det finns utrymme för att kunna anpassa verksamheten efter hur affärerna går och för att kunna ta vara på de potentiella möjligheter som dyker upp längs vår väg.

september

Våra mål och planer i september är främst att bilda och starta upp företaget. Kort därefter att komma igång med produktionen av våra smycken. För att nå ut till vår kundgrupp siktar vi nu på att börja synas, marknadsföra oss på olika sätt, om än i liten skala. Detta skall göras t.ex. via Rotary och monitor i skolan där en stor del av den målgrupp vi riktar oss till befinner sig. Vi ska i september månad färdigställa mycket av pappersarbetet som finns i anslutning till lanseringen av företaget. Ett utkast till affärsplan skall göras och en logga skapas som symboliserar företagets verksamhet.

moi

oktober

Våra mål och planer i oktober utgår främst från att komma igång med försäljningen av smyckena. För att göra försäljningsstarten attraktiv och bygga upp en spänning hos kundgruppen har vi beslutat att ha ett lanseringsdatum (14 oktober) då vi släpper vår första kollektion till försäljning. För att fortskrida och utveckla marknadsföringen av vårt företag kommer vi i oktober att kontakta och förhoppningsvis börja ställa ut våra smycken i ett antal butiker. Vi skall börja producera ett lager av smycken och skapa en proffsig affärsplan. Arbetet med att söka/skaffa sponsorer skall påbörjas i oktober månad. För att kunna utveckla vår verksamhet skall vi i detta stadium genomföra rådgivar- och styrelsemöte samt utvärdering och uppföljning av dessa.

november

Våra mål och planer i november är att eventuellt designa och tillverka ett "limited edition"-smycke som lockerbjudande till jul för att öka försäljningen. För övrigt skall vi fokusera på smyckesproduktionen för att kunna tillverka ett proportionerligt lager smycken för beräknad försäljning och efterfrågan runt jul, till mässor etc. moi UF skall i november förbereda för och delta i ProCivitas julmässa i Helsingborg den 30 november samt följa upp försäljning och agerande vid denna.

december

Våra mål och planer i december handlar till stor del precis som i november om att fokusera på smyckesproduktionen. För att få nya perspektiv och inspiration kring vår verksamhet och våra smycken ska vi i december ha en kreativ session samt genomföra rådgivar- och styrelsemöte samt utvärdering och uppföljning av dessa. Slutligen skall vi i denna månad avlägga delårsrapport och delta på ProCivitas julmässa i Malmö.

januari

Våra mål och planer i januari är vad beträffar marknadsföring och utveckling av företaget att fortsätta agera som vi gjort föregående månader. För övrigt skall vi delta på Forza-mässan den 22 januari och utföra de aktiviteter som krävs för att genomföra detta.

februari

Våra mål och planer i februari utgår från liknande aktiviteter som i föregående månader, samt att vi skall delta på den regionala mässan.

mars / april

Våra mål och planer i mars och april handlar till stor del om att producering och försäljning fortskrider som föregående månader.

maj

Våra mål och planer i maj handlar om att genomföra årsstämma samt att avsluta bankkontot.

ribban är lagd... och pengarna våra!

Intäkter		
Ringar	(100 st x 250 kr)	25 000
Berlocker	(25 st x 300 kr)	7 500
Plexiglas fåglar	(15 st x 350 kr)	5 250
Armband	(25 st x 300 kr)	7 500
Totala intäkter		45 250
Kostnader		
UF-registrering		300
Varuinköp		5 599
Kontorsmaterial		822
Reskostnad		664
Mässregistrering		1 200
Mässkostnader		1 000
Tryck		200
Totala kostnader		9 685
Resultat		35 565

	Sep/Okt	Nov	Dec	Jan	Feb	Mars	April	Maj
Inbetalningar								
Försäljning	4 100	6 600	6 600	2 500	4 100	8 900	8 900	
S:a inbetalningar	4 100	6 600	6 600	2 500	4 100	8 900	8 900	
Utbetalningar								
Varuinköp	2 066,5			600		600		
Registrering	500							
Kontorsmaterial	822							
Reskostnad	166		249			249		
Mässkostnader	1124	200			500	500		
Tryck	0	200						
Övriga utbetalningar	231,5							
S:a utbetalningar	4 910	400	249	600	500	1349		
Över-/underskott	-810	6200	6351	1900	3600	7551	8900	
S:a ingåendebehållning		-810	5390	11741	13641	17241	24792	33692
S:a utgåendebehållning	-810	5390	11741	13641	17241	24792	33692	33692

vår ljusa framtid

moi UF har höga målsättningar och stora framtidsplaner inför det kommande UF året. Samtliga medlemmar satsar högt och ser ljust på moi UF:s framtid. Den 14 oktober är det lansering för företagets första kollektion och det är även inplanerat en senare kollektion till våren.

I lanseringskollektionen ingår "budskapsringen" som är en stilren silverring med ett stämplat budskap på. Det unika med ringen är att den kan forma sig efter kundens finger.
Den stilrena blomberlocken och den nätta plexiglasfågeln är två andra smycken som ingår i lanseringskollektionen. moi UF ser hela tiden möjligheter att utveckla företaget. Naturen är en stor inspirationskälla som påverkar smyckenas utseende. Företaget har en positiv syn på en omfattande utveckling trots dess begränsade möjligheter vad gäller produktionen. moi UF håller nämligen hårt på att vara ett miniproducerande företag. Vi ser hela tiden möjligheter att utveckla företaget och har framtidsplaner som siktar mot stjärnorna trots att vi alla tre har fötterna på jorden.
Att fortsätta producera och driva företaget efter UF-året är för oss ett mycket möjligt scenario då vi alla har otroligt roligt och flera butiker är interesserade av de kommande kollektionerna. moi UF har redan en stor produktportfölj men vi utvecklar oss hela tiden och de nya kollektionerna är redan designade och prototyperna smidda.

moi

moi

moi

moi

moi