

# AFFÄRSPLAN

———— 2013/2014 ————



YOUR BENEFITS

## 02 INNEHÅLL

- LISTEN TO THE BOSS

## 03 VERKSAMHETSBESKRIVNING

- AFFÄRSIDÉ, MISSION, VISION

## 03 LEDSTJÄRNOR

- VÄLMÅENDE, PERSONLIGT, TRYGGHET

## 04 WHO ARE WE?

- ORGANISATION

## 05 SWOT OCH MÅL

- KORTSIKTIGA OCH LÅNGSIKTIGA MÅL

## 06 AFFÄRSMODELL

## 07 MARKNADSFÖRING

## 08 KUNDER

- KONKURRENTER, MARKNADSFÖRING

## 09 MARKNADEN

## 10 EKONOMI

- BESKRIVNING, BUDGETS

## 11 TIDSPLAN OCH FRAMTID



## - LISTEN TO THE BOSS

Att vara student i dagens samhälle är inte det lättaste. Ekonomiska problem är ett stort hinder för många studenter vilket medför att många tvingas leva snålt och ohälsosamt, trots bidrag från staten.

Detta är något som vi i Your Benefits UF kan relatera till då vi själva är studenter. Vi är medvetna om att detta är ett problem som inte endast har en lösning, men att vår idé kan underlätta en stor del av studentens vardag och ge positiva följder i slutändan.

Vårt företag arbetar för att ta fram unika förmåner för studenter i Helsingborgs stad tillsammans med samarbetspartners som kommer bestå av olika butiker, restauranger, kaféer och uteställen. Detta för att underlätta och förbättra studenternas situation i dagens samhälle, men även för att öppna upp Helsingborg stad för nya ögon, nya viljor och nya möjligheter.

Med en stark och tydlig affärsidé, ett ambitiöst team och tre viljor som inte vill något annat än att lyckas, kommer Your Benefits UF tillfredsställa många studenters behov.

FELICIA NELLHAG,  
VERKSTÄLLANDE DIREKTÖR

**”YOUR BENEFITS  
UF ERBJUDER VIA  
SAMARBETE MED  
ETABLERADE FÖRETAG I  
HELSINGBORGS STAD,  
ETT FÖRMÅNSKORT  
SOM GYNNAR STUDENTEN  
SAMT KUNDEN.”**

#### **MISSION**

Vår mission är att underlätta vardagen ekonomiskt för studenter i Helsingborgs stad genom unika förmåner, som även gynnar våra kunder.

#### **VISION**

Vår vision är att majoriteten av studenter i Helsingborgs stad inte ska tvingas till att ha en så pass pressad budget som många har i dagsläget. Studenter, som övriga i vårt samhälle, förtjänar att ha möjlighet till att roa sig, leva hälsosamt samt att vara lyckliga.

## **LEDSTJÄRNOR**

#### **- VÄLMÅENDE**

Våra förmåner underlättar vardagen ekonomiskt för studenter i Helsingborgs stad, vilket gör att de inom en snar framtid förhoppningsvis har färre ekonomiska problem och därmed råd till ett mer hälsosamt liv, både psykiskt och fysiskt.

#### **- PERSONLIGT**

Vi har valt att inrikta oss på enbart studenter och kunder i Helsingborgs stad. Detta för att våra studenter ska få ett mer personligt och unikt intryck samt för att kunder i Helsingborgs stad ska ha möjlighet att göra ett tydligare intryck i samhället.

#### **- TRYGGHET**

Vi anser att det är otroligt viktigt att våra kunder och studenter känner sig trygga tillsammans med oss. Detta uppfyller vi genom att skapa kontrakt med våra kunder som garanterar ett stabilt samarbete med oss under sex månader, alternativt en bestämd period.

# ORGANISATION



**EMELIE GLAD**  
EKONOMIANSVARIG

Som ekonomiansvarig krävs det att man har ett sinne för siffror, ett öga för ekonomiska strukturer och ett intresse för att leda företaget framåt. Denna roll passar Emelie som handen i handsken. Skapa budgetar, bokföra och skriva fakturor är några av de sakerna som ingår i Emelies arbete som ekonomiansvarig i Your Benefits UF.

Med egenskaper som målmedveten och ambitiös är hon en oerhört viktig tillgång i vårt företag. Hon tar sitt ansvar vid alla tillfällen, vilket medför att saker och ting alltid blir gjorda i Emelies sällskap. Då hon är en person med ett stort hjärta, lägger hon alltid ner sin själ i företaget, allt för att vi ska lyckas, trivas tillsammans och därmed utvecklas tillsammans.

**MARCUS HAMMARLUND**  
ART DIRECTOR

Marcus är en ambitiös person som tillför ett flertal bra faktorer till vårt företag med en positiv inställning jämnt och ständigt. Han sliter hårt för att lyckas med sitt arbete och ger inte upp förrän allt är perfekt. Han är även väldigt kreativ och har ett öga för stil.

Tack vare Marcus kunskaper och intresse för grafisk design tilldelades han rollen som Art Director för Your Benefits UF. Visitkort, medlemskort, logotyp, webbplats och design av affärsplan är bara några av de saker som Marcus utformat för vårt företag.

**FELICIA NELLHAG**  
VD, MARKNADSANSVARIG

Felicia är en person som alltid vill lyckas och gör därför ingenting halvhjärtat. Hon har förmågan att både ge och ta feedback, vilket driver både företaget och individen framåt. Vi i Your Benefits UF anser däremot att rollen som verkställande direktör inte ska överglänsa de andra rollerna, utan att man istället ska lyckas tillsammans med hjälp av varandra.

Utöver verkställande direktör, besitter Felicia även rollen som marknadsansvarig, vilket innebär att hon hjälper företaget att analysera marknaden, samt ta de beslut som hon anser gynna företagets kunder och därmed företaget på bästa sätt.

# SWOT

**S**

Vår största styrka är att vår målgrupp består av studenter. I dagens samhälle är intresset av att hjälpa studenter väldigt stort och det är många av våra potentiella samarbetspartners som uppoffrar mycket för att främja studenter.

**W**

Your Benefits UF är endast etablerat i Helsingborg stad, vilket skapar en relativt liten kundgrupp för oss.

Vi har inte samma möjlighet att skapa samarbete med lika stora företag som andra reella företag har, detta endast eftersom som vi är ett ny-etablerat UF-företag som existerar knappt ett år.

**O**

Vi inriktar oss på studenter i endast Helsingborgs stad, men en möjlighet vi har i framtiden är att expandera vår kundkrets. Genom att satsa på närliggande kommuner kan vårt företag växa ännu mer.

**T**

Vi är inte ensamma på marknaden med att erbjuda studentrabatter. Våra två största konkurrenter är Mecenat och Studentrabatter som båda är etablerade i hela Sverige.

# MÅL

Vårt mål som företag är att få hundra procent nöjda studenter och kunder. Vi vill även få kunskap för hur man startar upp och driver ett företag, som vi senare i livet kommer att ha nytta av.

## KORTSIKTIGA

- Att skapa samarbete med minst tio företag.
- Nå ut till majoriteten av Helsingborgs studenter.
- Att ha ett givande informationsmöte.

## LÅNGSIKTIGA

- Förbättra studenters ekonomiska situation i samhället.
- Vidga vyerna för våra samarbetspartners i Helsingborgs stad.
- Att få minst trehundra medlemmar.

# AFFÄRSMODELL

VI ARBETAR FÖR ATT TA FRAM UNIKA FÖRMÅNER I HELSINGBORGS STAD FÖR STUDENTER. VÅR FRÄMSTA MÅLGRUPP ÄR STUDENTER MELLAN 16-24 ÅR. DET ENDA SOM KRÄVS FÖR ATT TA DEL AV DESSA FÖRMÅNER ÄR ATT BLI MEDLEM HOS OSS. DETTA GÖRS VIA VÅR HEMSIDA, PÅ VÅRT INFORMATIONSMÖTE, PÅ MÄSSOR ELLER VIA PERSONLIGT BEMÖTANDE. I SAMBAND MED DETTA ERHÅLLER DU ETT MEDLEMSKORT SOM SEDAN VISAS UPP HOS UTVALDA BUTIKER, RESTAURANGER, KAFÉER OCH UTESTÄLLEN I HELSINGBORGS STAD.



# MARKNADSFÖRING

Your Benefits UF har valt att marknadsföra sig via affischer med information om företaget som sätts upp och sprids på alla gymnasieskolor i Helsingborg. Vi kommer även att delta på olika mässor under vårt verksamhetsår, där vi har möjlighet till att marknadsföra vårt företag och värva fler medlemmar.

Sociala medier kommer också att vara en stor del av vår marknadsföring, då vi kommer att ha en Facebook-sida som uppdateras kontinuerligt. Vi har även en webbsida där all information om vårt företag framgår.

Syns man inte, finns man inte.

**”IF SAVING MONEY IS WRONG,  
I DON'T WANT TO BE RIGHT.”**



## KUNDER

Våra kunder, samarbetspartners, består av butiker, restauranger, kaféer och uteställen i Helsingborg stad. Tillsammans med dem ska vi locka så många studenter som möjligt, i åldern 16-24 år.

I Helsingborgs stad finns det uppskattningsvis 16 000 personer i åldern 16-24 år. Majoriteten av dessa studerar och är därför våra potentiella medlemmar.

Vårt mål är att skapa samarbete med minst tio kunder.

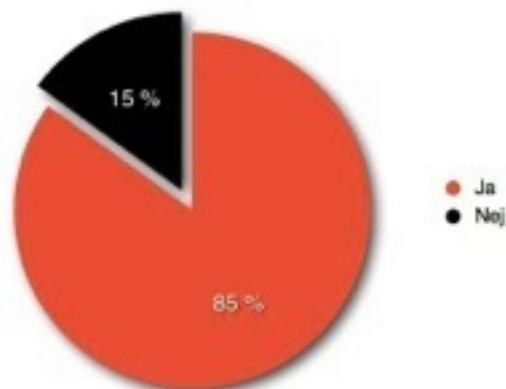
## KONKURRENTER

Våra största konkurrenter är Mecenat och Studentrabatter. De är två företag som också inriktar sig på rabatter för studenter. Det som gör oss unika är att de har hela Sverige som marknad till skillnad från oss, som endast har Helsingborgs stad. Det är positivt ur vårt perspektiv då det är ett personligt intryck vi vill förmedla, genom att inrikta oss på en mindre kundgrupp. Detta kommer vi att använda som ett hjälpmedel för framgång, då det krävs att vi arbetar hårt för att förmedla det rätta intrycket till våra kunder.

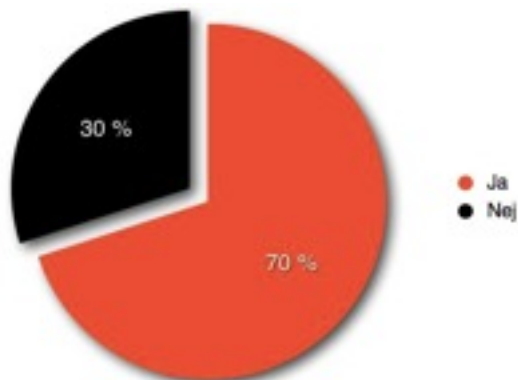
## MARKNADS- UNDERSÖKNING

Vi utformade två frågor som vi ansåg var viktiga för vårt företag, som vi sedan ställde till studenter i åldrarna 16-24 år som var medvetna om vårt affärskoncept. Dessa frågor besvarades sedan av sammanlagt 78 personer via en marknadsundersökning online. Syftet var att få fram hur stor efterfrågan var hos våra potentiella kunder, för att sedan avgöra om vår affärsidé var något att satsa på.

### SKULLE DU VARA INTRESSERAD AV ATT BLI MEDLEM HOS OSS?



### BRUKAR DU UTNYTTJA OLIKA FÖRMÅNER SOM GES TILL DIG?





# MARKNADEN

YOUR BENEFITS UF MARKNAD  
ÄR INTE GEOGRAFISKT STOR,  
DETTA DÅ VI HAR VALT ATT  
SPECIFICERA OSS PÅ STUDENTER  
OCH KUNDER INOM  
HELSINGBORG STAD. VALET AV  
MARKNADEN BASERADES PÅ ATT  
VI VILLE FÖRMEDLA ETT  
PERSONLIGT OCH SERIÖST  
INTRYCK SÅ ATT STUDENTERNAS,  
SAMT KUNDERNAS INTRESSE  
LÄTTARE SKULLE FÅNGAS UPP.  
EN MARKNAD SOM INTE ÄR  
GEOGRAFISKT STOR BETYDER  
INTE I ALLA LÄGEN MINDRE  
ARBETE, I VÅRT FALL  
TVÄRTEMOT. VÅR POTENTIELLA  
MARKNAD BESTÅR AV DERHÖRT  
MÅNGA STUDENTER OCH  
FÖRETAG, MED MÅNGA OLIKA  
INTRESSEN OCH ÅSIKTER VILKET  
MEDFÖR ATT DET KRÄVS HÅRT  
ARBETE SAMT STARK VILJA FÖR  
ATT LYCKAS.

# RESULTATBUDGET

1 SEPTEMBER 2013 - 15 JUNI 2014

INTÄKTER	
FÖRSÄLJNING	30 000
FÖRSÄLJNING MÄSSOR	5 000
SPONSRING	4 300
SUMMA INTÄKTER	39 300
KOSTNADER	
VARUINKÖP MÄSSOR	2000
RESOR	800
VISITKORT	800
MEDLEMSKORT	3 000
MARKNADSFÖRING	400
WEBBPLATS	800
MÄSSOR OCH MONTER	2600
REGISTRERING	300
ÖVRIGA KOSTNADER	1 000
SUMMA KOSTNADER	11 700
<b>PERIODENS RESULTAT</b>	<b>27 600</b>

Your Benefits UF erbjuder studenter ett medlemskap som är helt gratis. Detta innebär att vi inte får några inkomster från våra medlemmar. Istället har vi valt att ta en avgift ifrån våra samarbetspartners, det vill säga butikerna, restaurangerna, kaféerna och uteställena som vi samarbetar med. Detta är en engångsavgift som vi får in i samband med att de skapar samarbete med oss och börjar erbjuda våra kunder förmåner. Avgiften skiljer sig från våra olika samarbetspartners och är något som vi gemensamt kommer fram till. Vi anser att det är viktigt att båda parterna är nöjda med beslutet som tas i slutändan.

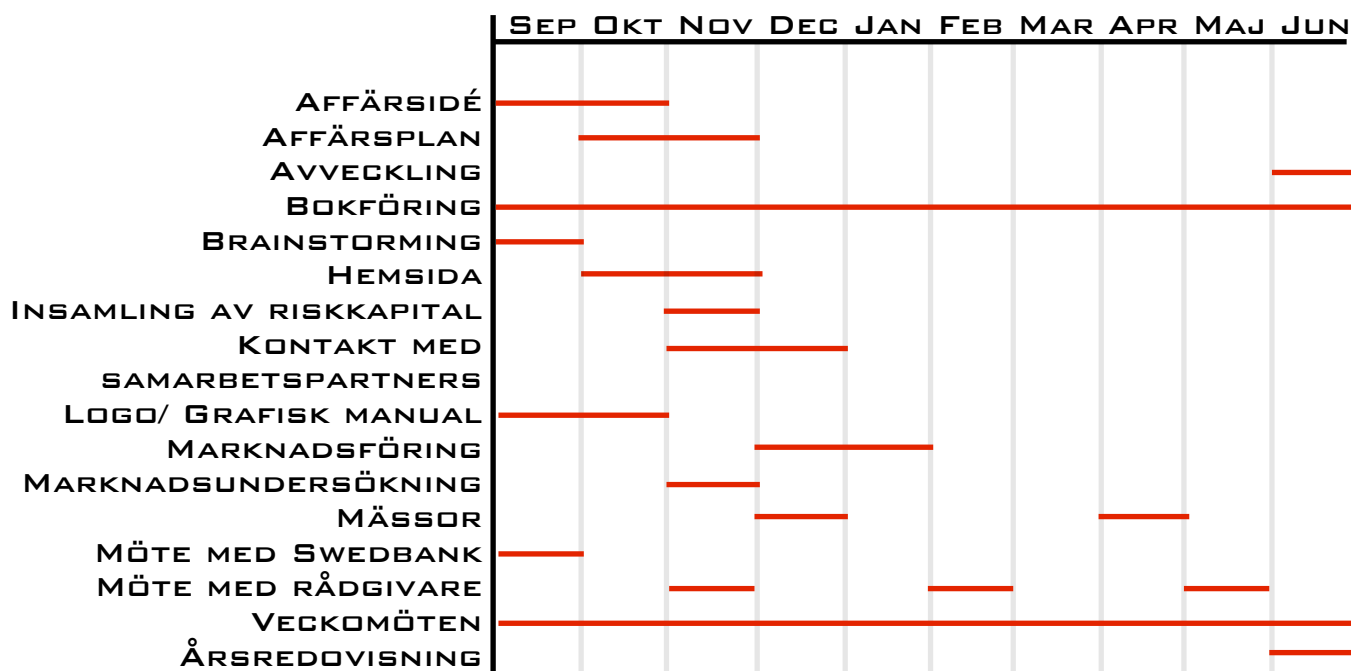
# LIKVIDITETSBUDGET

	SEP	OKT	NOV	DEC	JAN	FEB	MAR	APR	MAJ	JUN
<b>INGÅENDE BEHÅLLNING</b>			500	-1050	20050	30650	30450	29 250	29 750	29 550
<b>INBETALNINGAR</b>										
EXTERN RISKKAPITAL		250	1 250							
INTERN RISKKAPITAL		250	500							
FÖRSÄLJNING <sup>1</sup>				20 000	10 000					
FÖRSÄLJNING MÄSSOR				3 000				2 000		
SPONSRING	300		3 000		1 000					
SUMMA INBETALNINGAR	300	500	4 750	23 000	11 000			2 000		
<b>UTBETALNINGAR</b>										
EGET UTTAG <sup>2</sup>										27600
VARUINKÖP MÄSSOR			500	500			1 000			
RESOR				400				400		
VISITKORT			800							
MEDLEMSKORT			3000							
MARKNADSFÖRING				200	200			400		
WEBBPLATS				200	100	100	100	100	100	100
MÄSSOR OCH MONTER			2 000	300				300		
EXTERN RISKKAPITAL										1500
INTERN RISKKAPITAL										750
REGISTRERING	300									
ÖVRIGA KOSTNADER				300	100	100	100	300	100	
SUMMA UTBETALNINGAR	300		6300	1900	400	200	1 200	1500	200	29950
<b>UTGÅENDE BEHÅLLNING</b>		500	-1050	20050	30650	30450	29 250	29 750	29 550	

<sup>1</sup> Vår försäljning uppstår i samband med samarbetsavtal med butiker, restauranger, kaféer och uteställen. Prissumman är individuell för varje samarbetspartner och bestäms tillsammans mellan de båda parterna.

<sup>2</sup> Precis som vi bestämde i bolagsordningen § 11 så kommer utdelningen av vinsten fördelas jämnt mellan oss tre delägare för Your Benefits UF.

# TIDSPLAN



## MÅL & STRATEGIER

Vårt främsta mål är att göra vårt UF-år till något roligt och lärorikt. Samtidigt vill vi lyckas med vårt företag och få hundra procent nöjda kunder. Kunskapen och erfarenheten efter detta år är det som motiverar oss.

## FRAMTID

Vårt medlemskort kommer att gälla från den 1 januari till den 30 juni, det vill säga sex månader. I nuläget har vi inga specifika framtidsplaner. Istället har vi valt på att köra stenhårt under vårt UF-år, ha kul och lyckas bra. Därefter får vi analysera och utvärdera hur vårt företag gått och utifrån det bestämma om hur vi vill göra med vårt företag i framtiden.

**”THE LACK OF  
MONEY IS THE  
ROOT OF ALL  
EVIL.”**



**MARCUS HAMMARLUND**  
- Art Director



**FELICIA NELLHAG**  
- Verkställande Direktör,  
Marknadsansvarig



**EMELIE GLAD**  
- Ekonomiansvarig