

Därför ska du göra en affärsplan

Allt företagande utgår ifrån en affärsidé. För att kunna förverkliga affärsidén krävs en affärsplan. Affärsplanen är verktyget till affärsidéns förverkligande.

Affärsplanen gör att man ser helheten i företaget och den fungerar som ett kommunikationsinstrument och ett gemensamt språk mellan olika aktörer, samarbetspartners och den egna organisationen. Affärsplanen ger också en överblick över nödvändiga resurser, tvingar fram de rätta besluten och den är ett praktiskt arbetsverktyg som man hela tiden återkopplar till.

Ju mer omsorg du lägger på din affärsplan, desto lättare blir det löpande arbetet när ditt företag växer.

Vad är en affärsplan?

Kortfattat kan man säga att affärsplanen är ett medel för att nå uppställda mål. Verktyget Forward är uppdelat på 6 avsnitt:

Nuläget: här beskriver du hur det ser ut just nu i företaget och på marknaden.

Analys: SWOT - här bedömer du hur långt du kommit inom olika områden.

Mål: vad vill du uppnå?

Strategier: du behöver en plan för hur du ska nå dina mål. Den gör du här.

Aktiviteter: här bryter du ner planen i aktiviteter, det du konkret behöver göra.

Ekonomi: skapa försäljnings-, investerings-, resultat- och likviditetsbudgetar.

Varje avsnitt består av återkommande rubriker där du fyller på innehåll som är kopplat till både företaget och marknaden.

Affärsplaneringsprocessen

Affärsplanering bygger på att göra en grundlig beskrivning och analys av din verksamhet och din marknad, som sedan omvandlas till mål och strategier och som mynnar ut i ett genomförande (aktiviteter). Genom att följa affärsplaneringsprocessen skapar du förutsättningar för ett mer strukturerat och metodiskt arbetssätt.

Ständig omprövning och anpassning

Processen kräver regelbunden uppföljning och är en växelverkan mellan analys, strategiformulering och genomförande. Kontinuerlig uppföljning – ständig omprövning och anpassning - ger bättre och bättre kvalitet på affärsplanen, för varje år som går. Arbetet med affärsplaneringen bör helst göras före eller i samband med den årliga budgeteringen - så att du har ett bra underlag inför din budgetering.

Metodiken - den röda tråden

Med hjälp av Forward bygger du upp din affärsplan med en enkel men grundlig metodik. Materialet är processinriktat där varje avsnitt bygger på det föregående, och bildar en röd tråd.

Utgångspunkten är nuläget, d v s hur det ser ut just nu. Utifrån den gör du en grundlig analys av såväl företaget – produkter/tjänster, pris, organisation, logistik, som av omvärlden – kunder, marknad och konkurrenter. Analysen ligger sen till grund för målen. Vilken strategi krävs sedan för att nå uppsatta mål? Därefter tar du fram en konkret aktivitetsplan, anpassad efter företagets förutsättningar.

Det avslutande avsnittet i affärsplanen handlar om ekonomi med budgetar för försäljning, resultat, likviditet och investeringar.

I varje avsnitt får du ledning av rubriker där du tittar närmare på företaget och omvärlden. Samma rubriker återfinns och processas sedan avsnitt för avsnitt. Och till varje rubrik får du hjälp i frågeställningarna med stödjande frågor och relevanta aspekter.

Under arbetet har du tillgång till praktiska råd - både fördjupning och exempel, kopplade till de avsnitt som du löpande jobbar med.

Din affärsplan är en process som börjar där du befinner dig idag - och slutar i de aktiviteter som ska leda till att du når dina mål.

För att du ska ha koll på allt som är på gång, finns ett uppföljningsavsnitt, där ledningen löpande kan följa upp aktiviteter, tid och kostnader. På så sätt blir affärsplanen aldrig en byrålådeprodukt, utan ett verkligt stöd i vardagen, som hjälper dig att ta nästa steg.