

# SEND FLERE KRYDDERIER



FILIALPLAN

## INDHOLD

IDÉEN BAG SEND FLERE KRYDDERIER .....	2
HVORFOR ER DET EN GOD IDÉ AT ÅBNE EN NY FILIAL?.....	2
FORRETNINGSOMRÅDER .....	3
MARKEDSBESKRIVELSE/ANALYSE .....	4
SALG- OG MARKEDSFØRING .....	5
FILIALENS UDVIKLING .....	5
FILIALBUDGETTER & FINANSIERING .....	6
ORGANISERING AF FILIALEN .....	6

## IDÉEN BAG SEND FLERE KRYDDERIER

Idégrundlaget er en beskrivelse af virksomheden, som skal bruges til at give dig og dine interessenter en præcis beskrivelse af kernen i din virksomhedsidé. Hvad er det din virksomhed giver dine omgivelser? Mere detaljerede kunde-, produkt-, økonomiske beskrivelser og lignende skal du udfylde senere i filialplanen.

- Hvem er jeg/vi?
- Hvad sælger virksomheden?
- Hvilken værdi skaber vi for kunderne?
- Hvilke og hvor mange kunder?
- Omsætning det første år?
- Overskud det første år?
- Behov for finansiering?

**Virksomhedens idé/eksistensberettigelse:**

**filialens forretningsgrundlag (per produktgruppe/ydelse) – hvad tjener virksomheden penge på?:**

## HVORFOR ER DET EN GOD IDÉ AT ÅBNE EN NY FILIAL?

- Hvor skal filialen åbnes?
- Hvorfor er det et godt sted?
- Hvilke forretningsområder er filalens primære?
  - Fx catering, frokostordninger, café, kommunal opkvalificering etc.
- Hvordan skal filialen organiseres personalemæssigt?
- Hvem er filialens kunder?
- Hvem er filialens primære partnere?
- Filialens stærke sider i forhold til varer og ydelser
- Filialens svage side i forhold til varer og ydelser

# FILIALPLAN

## FORRETNINGSOMRÅDER

Filialen har følgende produkter og ydelser:

- 1)
- 2)
- 3)

Værdi hos kunden, der dækkes ved produkter og ydelser:

- 1)
- 2)
- 3)

Produkter og ydelsers forskelle i forhold til konkurrenternes:

- 1)
- 2)
- 3)

Distributionsform/salgskanaler for produktet:

Navn på virksomhedens centrale netværk, interessenter og brancheforening:

De vigtigste konkurrenter:

- 1)
- 2)
- 3)

...

Konkurrenternes pris på produktet:

Konkurrenternes forretningsmodel og distributionsform:

Stærke og svage sider ved konkurrenterne:

# FILIALPLAN

## MARKEDSBESKRIVELSE/ANALYSE

Før du er i stand til at udføre nogen salgs- eller markedsføringstiltag, er det nødvendigt at vide noget om markedet. Markedsbeskrivelsen er at betragte som den del af et isbjerg, der ligger under vandet. Markedsføringen, dvs. brochurer, visitkort annoncer m.v. er den lille del af isbjerget, der er synligt. For at kunne lave en god markedsføring er det nødvendigt at have en solid viden om markedet.

### Den typiske slutbruger (B2C)

- Mand/kvinde:
- Alder:
- Uddannelse:
- Arbejde:
- Livsstil:

### Den typiske virksomhedskunde (B2B)

- Virksomhedsbranche:
- Størrelse/ansatte:
- Alder:
- Antal:

### Den typiske offentlige kunde (B2G)

- Indkøbsmønstre:
- Beslutningstagere:
- Timing/udbud:

### Realistisk antal kunder/markedsandel:

### De vigtigste konkurrenceparametre på markedet (fx pris, kvalitet, leveringstid):

- 1)
- 2)
- 3)

### Trusler, der kan ødelægge mulighederne (fx nye konkurrenter, teknologi eller love):

### Vurdering af filialens muligheder på markedet – konklusionen på analysen

# FILIALPLAN

## SALG- OG MARKEDSFØRING

Du har forhåbentlig været meget konkret i din beskrivelse af markedet. Det vil gøre arbejdet med salg og markedsføring meget nemmere. Hvis du præcis ved, hvem du vil ramme, er det nemmere at vælge, hvilke midler du vil bruge i markedsføringen og salgsaktiviteterne.

### Løbende salgs- og markedsføringsaktiviteter fra start:

Salgs- og markedsføringskanal	Aktiviteter	Tidsplan	Ansvarlig	Pris
Digital markedsføring				
Direct Mail				
Kundebesøg				
Telefonsalg				
Annoncering				
Tryksager				
Skiltning				
Præsentationsmateriale				
Presse og PR				
Messe og udstilling				
Anden reklame				

### Netværk

Hvem i dit netværk skal først have at vide, at du har åbnet en filial?

### Årligt budget til markedsføring:

#### Særlige markedsføringsaktiviteter (lanceringsbudget):

Pris på denne markedsføring:

#### Public Relation (PR) ved åbning af virksomheden:

## FILIALENS UDVIKLING

Hvor er filialen om hhv. ét og tre år?

#### Virksomhedens produkter/ydelser om henholdsvis

1 år:

3 år:

#### Virksomhedens kunder om henholdsvis:

1 år:

3 år:

## FILIALPLAN

Filialens forventede omsætning om:

1 år:

3 år:

Filialens forventede overskud om henholdsvis:

1 år:

3 år:

Andre mål med virksomheden:

## FILIALBUDGETTER & FINANSIERING

Det er essentielt at have styr på økonomien, og til formål skal der udarbejdes følgende 3 budgetter:

### ETABLERINGSBUDGET

Hvor mange penge er der brug for, for at åbne filialen?

### DRIFTSBUDGET

Hvilke forventede indtægter og hvilke forventede udgifter? Det er godt med et driftsbudget på 2 år til en start?

### LIKVIDITETSBUDGET

Hvor mange penge skal der bruges til at betale de månedlige udgifter? Hvad er likviditeten måned for måned?

### SAMLET FINANSIERINGSBEHOV

[etablering + likviditet] kr. \_\_\_\_\_

### Forventning/tilsagn om midler fra:

Fond

Kommune

CSR partnerskaber

Andre tilskud

I alt:

Forventet omsætning det første år \_\_\_\_\_

Forventet udgifter det første år \_\_\_\_\_

Forventet indtjening det første år \_\_\_\_\_

## ORGANISERING AF FILIALEN

Under dette punkt skal du beskrive, hvordan hverdagen i filialen skal fungere. Du skal også prøve at tage højde for, hvad det koster at indrette og drive den.

## FILIALPLAN

Filialens navn/adresse/tlf./fax/e-mail:

Filialens virksomhedsform:

Filialens ejer(e):

Bankforbindelse:

Revisor:

Krav til beliggenhed/lokale:

Pris i kr. pr. år:

**Forretningspolitikker:**

- 1) Pris- og rabatstrategi:
- 2) Betalingsbetingelser:
- 3) Reklamationspolitik:
- 4) Service:
- 5) Personalepolitik:

**Arbejdsgange for regnskabs- og administrative rutiner:**

- 1) Daglig bogføring:
- 2) Momsafregning:
- 3) Sende regninger ud.:
- 4) Følge op på ubetalte regninger:
- 5) Lønafregning:
- 6) Kvartalsregnskaber:
- 7) Varebestilling:
- 8) Skrive breve til kunder/forretningsforbindelser:
- 9) Passe telefonen:

**Forsikringer, der skal tegnes:**

Type: (Fx arbejdsskade, erhvervsansvar, produkt, løsøre, varetransport, brand, indbo, rejse, køle og dybfrost, it, m.m.)

Navn på forsikringselskab: