



Affärsplan

Sebastian Nilsson
Tim Samuelsson
Mikael Brandt

ABB Industrigymnasium

Sammanfattning

Triplex Design är ett UF-företag vars affärsidé går ut på att sälja bra, billiga och kompletta webbsidelösningar med olika tilläggstjänster utifrån kundens behov, till i första hand småföretag. Det ägs och drivs av tre andraårselever på ABB Industriegymnasium vilka alla har olika kvalitéer och bidrar till företagets framgångar på olika sätt.

Triplex Design är ett väldigt kundinriktat företag, och vi anpassar oss alltid efter våra kunder. Vi är övertygade om att det finns stor plats för oss på marknaden, och vi har gjort en marknadsundersökning som visar att det finns efterfrågan på hemsidor. Konkurrenter finns det gott om, men vi kommer att vinna många kunder med våra låga priser, våra gedigna kunskaper och vårt höga engagemang. Vår främsta marknadsföringsåtgärd är vår genomtänkta och välgjorda hemsida, vilken på ett mycket bra sätt beskriver vår verksamhet i sin helhet, och vars webbadress vi aktivt sprider till så många vi bara kan.

Verkställande direktör i företaget är Sebastian Nilsson, och det råder ett nära samarbete mellan alla delar i företaget för att uppnå en högkvalitativ verksamhet. Vi hoppas att vi under vår tid som företagare får en bra bild av hur det går till i det verkliga affärslivet. Våra försäljningsmål är blygsamma, och vi hoppas kunna sälja ungefär tre kompletta webbsidelösningar sammanlagt. Om våra försäljningsmål uppnås räknar vi med att gå med en vinst på knappt fem tusen kronor.

Den största delen av vår tid som företagare tänker vi lägga ner på försäljningen av hemsidor, men även tävlingsmoment arrangerade av Ung Företagsamhet kommer att ägnas tid.

Innehållsförteckning

1	Affärsidén	4
2	Tjänsten och produktionen	5
3	Marknadsplan	6
3.1	Marknaden.....	6
3.2	Marknadsundersökning	6
3.2.1	Resultat	6
3.3	Konkurrenterna.....	7
3.4	Kunderna	7
3.4.1	Snabbmatsrestauranger	7
4	Företaget	8
4.1	Rådgivare	8
5	Organisation.....	9
6	Målsättning	9
6.1	Långsiktiga mål	9
6.1.1	Snabbmatsportalen.se.....	9
6.2	Kortsiktiga mål.....	9
7	Tidsplan	10
8	Konkurrensmedel/Marknadsföringsåtgärder	11
8.1	Vår hemsida.....	11
8.1.1	Sökmotorsoptimering av vår egen hemsida.....	11
8.2	Våra låga priser	11
9	Finansiering	12
9.1	Likviditetsbudget.....	12
9.2	Resultatbudget.....	12

Bilaga 1: Marknadsundersökning

1 Affärsidén

”Vi ska erbjuda kunderna individuellt utformade webbsidor, vilka skapas med ett verktyg som gör det lätt för kunden att själv redigera sin hemsida, för största möjliga kontroll och flexibilitet.

Alla företag har ett behov av att synas, och vi ska till förmånliga priser hjälpa till att tillgodose detta behov på ett sätt som gör att kunden efter köp kan känna en frihet som många av våra konkurrenter inte kan erbjuda.”

2 Tjänsten och produktionen

Vår ambition är att skapa och sälja hemsidor av hög klass och kvalitet, genom noggrann bearbetning av våra engagerade och kompetenta medarbetare. Vi ska tillverka moderna hemsidor, vilka vi i ett nära samarbete med kunden skraddarsyr helt efter kundens önskemål. Vi kan utifrån kundens behov och visioner erbjuda två olika kompletta webbsidelösningar: ett standardpaket och ett deluxe-paket.

Standardpaketet utgörs av en grundläggande mall, vilken kunden väljer utifrån två befintliga, innehållande begränsat antal ramar och menyer, och kan till utseendet påverkas av kunden endast genom val av färger.

Deluxe-paketet innebär en friare utformning än standardpaketet, och kunden har här möjlighet att bestämma såväl färger och former som antal ramar och deras placeringar.

I varje lösning ingår möjligheten att från vilken dator som helst kunna uppdatera informationen som presenteras på hemsidan, vilket resulterar i en mer levande hemsida och en minskad underhållskostnad för kunden gentemot oss. Detta är möjligt genom att vi använder oss av det fria open source-verktyget Joomla, vilket är ”skrivet med PHP för publicering av innehåll på webben med hjälp av databasen MySQL” (citat från Wikipedia). Vi erbjuder också en tjänst som innefattar att vi även producerar texten till kundens hemsida.

Utformningen och färgsättningen av webbsidelösningarna utförs med hjälp av moderna hjälpmedel som Adobes Creative Suit-serie och Macromedias 8-serie. Den materiella kostnaden för att framställa en webbsidelösning är i stort sett obefintlig, och den huvudsakliga övriga kostnaden ligger i medarbetarnas löner. Eftersom syftet med företaget i första hand är att medlemmarna ska få erfarenhet av att driva ett företag är lönerna skrattretande låga, varvid priserna för tjänsterna kan hållas i knähöjd.

När vi säljer en webbsidelösning går det till så att vi sätter oss ned med den intresserade kunden och diskuterar vad denne vill få ut av sin hemsida. Vi kommer överrens om det genomgående visuella temat på hemsidan, och ungefär hur många menyer och sidor kunden vill ha. Utifrån dessa uppgifter samt vilka tilläggstjänster kunden är intresserad av, räknar vi ut ett ungefärligt pris, som vi föreslår kunden.

När vi kommit överrens med kunden i dessa frågor, börjar vår designansvarige Sebastian Nilsson att spåna över hur hemsidan ska se ut och tar fram förslag i ovan nämnda bildutformningsprogram. Han bollar idéer med kunden tills hela sidans layout är skapad, och kunden godkänner den. När så designen är klar tar produktionsansvarige Tim Samuelsson över, och börjar anpassa verktyget Joomla för vald design, samt installera alla de funktioner som kunden uttryckt önskemål om. Slutligen köps ett domännamn och en plats på ett webbhotell. Detta hjälper vi kunden med, men låter kunden själv sluta avtalet med webbhotellet, eftersom detta gör att kunden kan använda sin hemsida även efter att Triplex Design har avvecklats.

3 Marknadsplan

3.1 Marknaden

För många är en hemsida på Internet en självklarhet. Men inte för alla. Det är dock vår bestämda uppfattning att **ALLA** företag behöver en hemsida för att kunna informera och uppmärksamma den potentiella kunden om sin verksamhet. Det är upp till oss att föra vidare denna synpunkt till våra potentiella kunder, så att de inser värdet av våra tjänster.

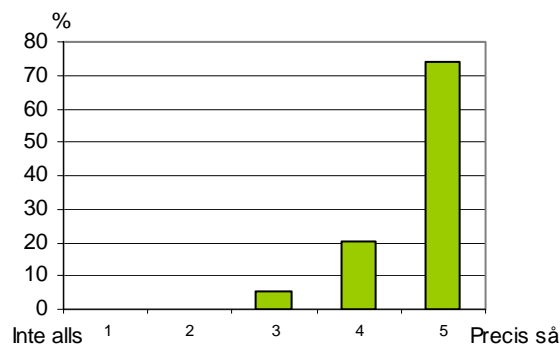
Vi tror att det finns en stor efterfrågan på billig och bra hjälp med att skaffa en schysst hemsida. Vi tror också att marknaden i dagsläget är oändlig, eftersom det dels finns många företag som har halvtaskiga hemsidor (se fråga 1 nedan) samt ett helt gäng som inte har någon hemsida alls. Dessutom uppstår hela tiden nya företag som givetvis också de behöver vår hjälp.

3.2 Marknadsundersökning

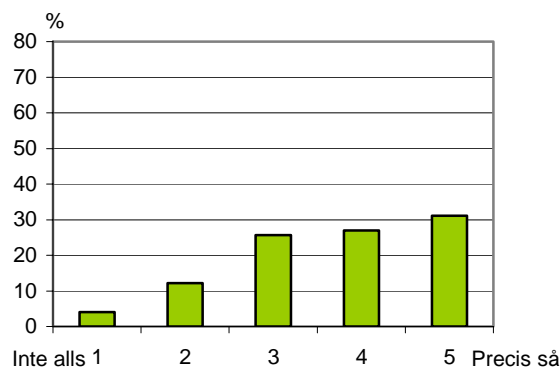
Vi har gjort en marknadsundersökning där vi bad om svar på nedanstående frågor. Efter varje fråga redovisas svarssammanställningen.

3.2.1 Resultat

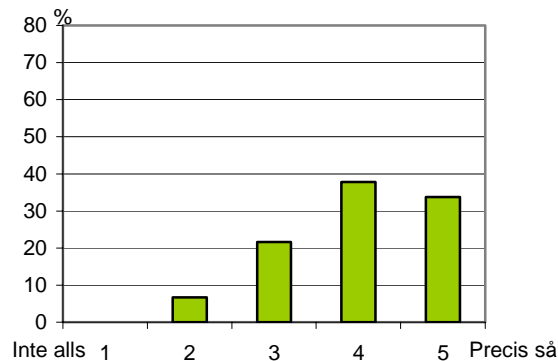
1. Tycker du att ett företag med en väl genomarbetad hemsida framstår som seriösare än ett företag med en halvtaskig sådan?



2. Kan du tänka dig att gå in på en pizzerias hemsida för att se deras meny och telefonnummer, när du är sugen på pizza?



3. Om du funderar på att köpa något, använder du dig då av Internet för att hitta information om det du söker?



Slutsatsen vi följaktligen kan dra är att hemsidor efterfrågas, om inte av våra kunder, så av våra kunders kunder. Detta kan vi använda oss av i vår marknadsföring, eftersom det som ligger i våra kunders kundens intresse, också ligger i våra kunders intresse.

3.3 Konkurrenterna

Konceptet att sälja hemsidor är lika gammalt som Internet självt, varför konkurrenterna är många. Vi är dock övertygade om att våra låga priser, våra solida kunskaper och vårt oöverträffade engagemang kommer att fungera som starka vapen i kampen om kunder.

3.4 Kunderna

Det finns många småföretag som knappt har någon tid alls att lägga på sin hemsida. Det tycker vi är synd, med tanke på hemsidans ökande betydelse i dagens informationssamhälle. Vi vill hjälpa sådana företag att få en respektabel hemsida till ett överkomligt pris.

Eftersom en hemsida knappast är en förslitningsvara kommer det att bli viktigt för oss att hela tiden söka nya kunder.

3.4.1 Snabbmatsrestauranger

Snabbmatsrestauranger kommer att utgöra en egen grupp i vår kundkrets. Vi har gjort vissa undersökningar, och allt tyder på att pizzerior och liknande snabbmatrestauranger i väldigt liten utsträckning har hemsidor. Det är ett problem, eftersom det, vilket man kan märka av fråga två i ovan redovisade marknadsundersökning, finns en stor efterfrågan på pizzeriors hemsidor. Vi är dock övertygade om att även om frågan begränsar omfånget en del, finns det säkerligen en övergripande efterfrågan på snabbmatsrestaurangers hemsidor i allmänhet, och inte uteslutande pizzeriors.

4 Företaget

Triplex Design har tre medarbetare, vilka alla har olika intresseområden och talanger och kan bidra till företaget på olika sätt. Alla går i årskurs två på ABB Industrigymnasium, och alla tycker att det ska bli väldigt roligt att driva ett företag. Medlemmar:

Sebastian Nilsson

VD, designansvarig

Sebastian har alltid varit väldigt intresserad av att måla saker både i och utanför datorn. Han har ett utvecklat sinne för färg och form, och vet när saker och ting ser bra ut. Han kör go-kart och tittar på Lost på fritiden.



Tim Samuelsson

Produktions- och försäljningsansvarig

Tim är mycket intresserad av hemsidetillverkning, och har innan sitt medlemskap i Triplex Design jobbat ensam under en tid. Han hoppas kunna utvecklas ytterligare i sin nuvarande roll som huvudansvarig för produktionen av hemsidor.



Mikael Brandt

Ekonomiansvarig, copywriter

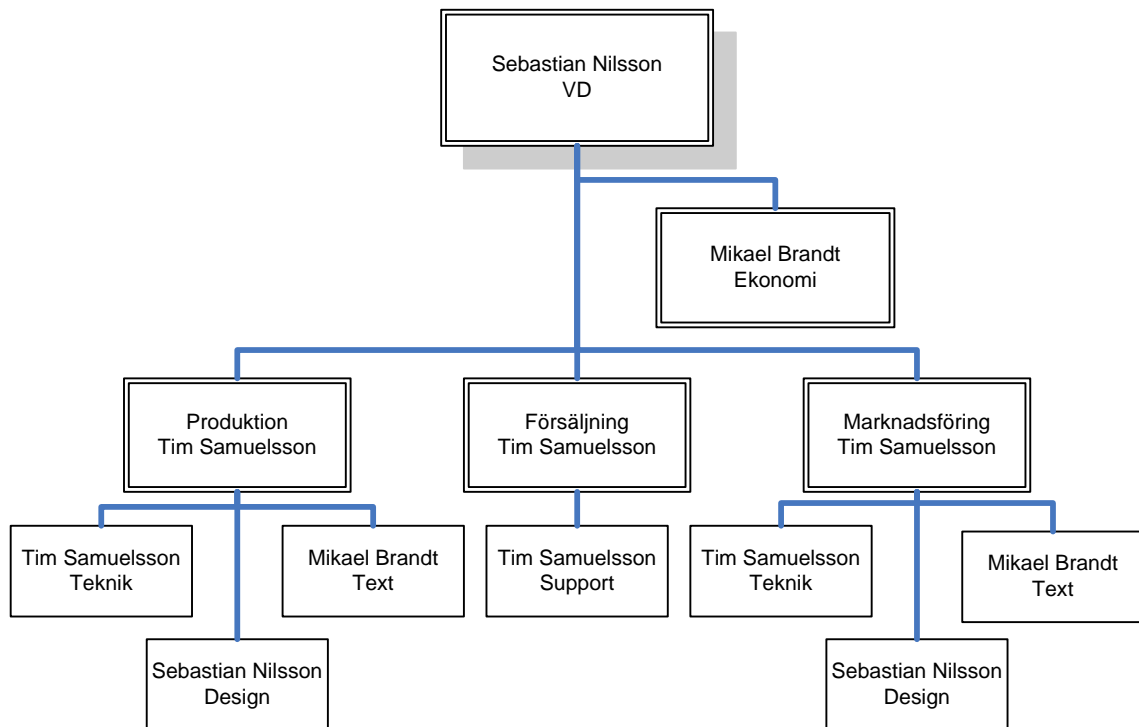
Mikael är språkligt intresserad och tycker om att skriva. Hans matematiska kunskaper är inte att förakta, och när det gäller formulering av text är han ensam i sitt slag. Han är intresserad av bollsporter och spelar discgolf när han har tid.



4.1 Rådgivare

Triplex Designs enda rådgivare för tillfället är Mattias Hammar, tidigare grafiker vid Haus (numera Care of Haus), en av Västerås största reklambyråer. Vi hoppas att han ska kunna ge oss tips och idéer rörande utformning och marknadsföring.

5 Organisation



6 Målsättning

6.1 Långsiktiga mål

Vi vill lära oss att driva ett eget företag, hur det går till när en produkt lanseras och säljs, och även se om vi klarar av att lösa de problem som kan uppstå i ett företag. Vi hoppas också att vi genom vår verksamhet som företagare ska kunna knyta viktiga kontakter för framtiden. Vi strävar efter att företaget ska gå med vinst.

6.1.1 Snabbmatsportalen.se

En vision vi har är starta en samlingspunkt på Internet för alla snabbmatsställen i hela Sverige. Målet är bygga upp en databas och successivt fylla på den med information om snabbmatsrestauranger i hela landet. Till en början kommer vi att låta alla snabbmatsrestauranger som köper en hemsida av oss vara med på denna portalsida, men i framtiden räknar vi med att kunna ta betalt av alla som vill vara med på den.

6.2 Kortsiktiga mål

Vårt försäljningsmål är att sälja minst tre webbsidelösningar till ett sammanlagt värde av ungefär 5000 SEK.

7 Tidsplan

	Sep	Okt	Nov	Dec	Jan	Feb	Mar	Apr	Maj
Brainstorming	■								
Marknadsundersökning	■								
Registrering		■	●			●			
Affärsplan		■	■		■	■			
Försäljning			■	■	■	■	■	■	■
Egen hemsida		■	■	■	■	■			
Regional mässa						■	★		
Nationell mässa								■	■
Årsredovisning								■	■
Avveckling									■
Bolagsstämma									■

★ Regional mässa 15 mars. Nationell mässa 14-15 maj

● Affärsplan 27 oktober, reviderad version 2 februari

8 Konkurrensmedel/Marknadsföringsåtgärder

8.1 Vår hemsida

Som försäljare av hemsidor är det väldigt viktigt att ha en ruggigt bra hemsida som visar vad man kan. Därför har vi i Triplex Design lagt ner mycket tid på vår hemsida, för att få den att återge allt det vi vill säga till våra kunder. Den visar bl.a. prov på flerspråksverktyg, inloggningsmöjlighet, bildgalleri och kontaktformulär, av samtliga vilka vi säljer som tilläggstjänster till våra kompletta webbsidelösningar. Vår webbadress är i spetsen för så gott som all vår marknadsföring, eftersom den representerar vår verksamhet på ett fulländat och attraktivt sätt. T.o.m. i detta dokument återfinns vår webbadress längst ner på merparten av sidorna.

8.1.1 Sökmotorsoptimering av vår egen hemsida

Det räcker inte att ha en ruggigt bra hemsida, om ingen besöker den. För att nå ut med vår webbsida ännu bättre har vi lagt ner tid på att sökmotorsoptimera den. Tim Samuelsson, vår produktionsansvarige och den som kan mest om själva byggandet av hemsidor i vårt företag, har sett till att stora sökmotorer på Internet, som t.ex. Google, hittar vår sida vid sökande på relevanta sökord. Vi hamnar till exempel överst bland alla de ca 42 000 träffarna som dyker upp om man söker på ”uf västerås”. Detta gör att en otroligt stor del av alla som söker efter något rörande Ung Företagsamhet i Västerås kommer att få vår hemsidadress under näsan, och det kan vi anta är ganska många. På liknande sätt dyker vår hemsida upp långt långt upp i listorna på Google när man söker på andra nyckelord för vår verksamhet, exempelvis ”webbdesign västerås”, ”uf webbdesign” med mera. Som resultat av att vi håller oss framme på det här sättet får vår hemsida mellan 15 och 40 besök varje dag.

8.2 Våra låga priser

Webbsidelösningarna vi säljer är väl i klass som de som finns på marknaden idag. Det som kommer att skilja oss från våra konkurrenter är inte bara våra kunskaper och vårt engagemang, utan också våra låga priser. Idag kan man få betala omkring 8000 och mer för en hemsida. Vi erbjuder samma tjänster till priser mellan 1500-3500 kronor.

9 Finansiering

9.1 Likviditetsbudget

	Sep	Okt	Nov	Dec	Jan	Feb	Mar	Apr	Maj
Ingående Balans	0	0	0	0	0	2000	6000	8200	9200
Inbetalningar									
Försäljning				0	2000	4000	3000	3000	
Riskkapitalförsäljning	300								
Eget kapital		180							
Summa Inbetalningar	300	180	0	0	2000	4000	3000	3000	0
Utbetalningar									
Monter								2000	
T-shirts							800		
Domännamn		180							
Registrering	300								
Riskkapitalutbetalning									300
Aktieutbetalning / Eget kapital									180
Summa utbetalningar	300	180	0	0	0	0	800	2000	480
Månadens Över-/Underskott	0	0	0	0	2000	4000	2200	1000	-480
Utgående Balans	0	0	0	0	2000	6000	8200	9200	8720

9.2 Resultatbudget

Intäkter	
Försäljning	12000
Summa intäkter	12000
Kostnader	
Webbhotell	480
Monter	2000
T-shirts	800
Summa kostnader	3280
Resultat	8720

Bilaga 1: Marknadsundersökning



Tävla och vinn ett halvt kilo godis!

Hej! Är du sugen på godis? Inga problem. Allt du behöver göra är att svara på nedanstående frågor och skicka ditt svar till mig, Sebastian Nilsson, senast kl. 12.00 onsdagen den 11/10, så deltar du i utlottningen av ett halvt kilo godis!

1. Tycker du att ett företag med en väl genomarbetad hemsida framstår som seriösare än ett företag med en halvtaskig sådan?

Inte alls 1 2 3 4 5 Precis så

2. Kan du tänka dig att gå in på en pizzerias hemsida för att se deras meny och telefonnummer, när du är sugen på pizza?

Nej, aldrig 1 2 3 4 5 Varje gång

3. Om du funderar på att köpa något, använder du dig då av Internet för att hitta information om det?

Nej, aldrig 1 2 3 4 5 Varje gång

Svara så här: Svara på detta mail och ange dina svar enligt följande:
Frågenummer: svarssiffra (1-5)

Exempel:

- 1: 5
2: 4
3: 2

En vinner 500 g blandat godis.

Endast ett bidrag per person. Dragning av vinnaren sker i närvaro av Triplex Designs styrelse. Bidrag som ej är kompletta deltar inte i tävlingen. Triplex Design förbehåller sig rätten att utan uppgiven anledning ogiltigförklara bidrag. Tävlingsutgången kan ej överklagas. **Lärare antas ha uppnått den grad av mognad som krävs för att endast delta i denna tävling i välgörande syfte, utan möjlighet att vinna priset.** Vi vill väl inte framstå som några jämra fjäskare heller?!

Med vänlig hälsning

Sebastian Nilsson, VD



