

Affärsplan



Motionera Mera UF

Styrelsemedlemmar:



Rådgivare: 

Handledare: 

Tannbergsskolans Skidgymnasium, Lycksele

Västerbotten 2016-2017

Kontakt: 

Innehållsförteckning



<u>Innehållsförteckning</u>	<u>2</u>
<u>Företaget</u>	<u>3</u>
<u>Organisation</u>	<u>4</u>
<u>Produkten</u>	<u>5</u>
<u>Affärsidé</u>	<u>5</u>
<u>Marknadsundersökning</u>	<u>6</u>
<u>SWOT-analys</u>	<u>7</u>
<u>Konkurrenser</u>	<u>7</u>
<u>Resultatbudget</u>	<u>8</u>
<u>Prissättning</u>	<u>8</u>
<u>Likviditetsbudget</u>	<u>9</u>
<u>Framtid</u>	<u>10</u>
<u>Aktivitetsplan</u>	<u>11</u>
<u>Underskrifter</u>	<u>12</u>

Företaget



Bakgrund

Motionera Mera UF är ett företag grundat av [REDACTED] ekonomistuderande skidelever i årskurs 4 vid Tannbergsskolan i Lycksele.

I början av höstterminen 2016, redan i augusti bestämde vi oss för att jobba tillsammans, mot ett gemensamt mål. Eftersom vi brinner för träning och framförallt längdskidåkning så var valet ganska lätt. Vi fastnade för en idé, att erbjuda Västerbottens invånare möjligheten till träning på motions- och elitnivå för en billig peng. Därefter gick utvecklingen och uppbyggnaden av företaget i högt tempo, vi kombinerade två träningsgrupper, med träningsvilliga från skolans nyanlända och från allmänheten. Tanken är att rikta in sig mer mot längdskidåkning och dess teknik under vinterhalvåret.

Varumärket

När vår produkt var komplett, började vi spåna kring företagets namn. Motionera Mera UF var tidigt med bland förslagen, det kändes helt rätt att kombinera en slogan med företagsnamnet, vilket blir mer minnesvärt, därför heter vi Motionera Mera UF. Namnet speglar vår produkt, vilket är det huvudsakliga syftet för att bli ihågkommen.

Vår logotype förstärker intrycket vi vill ge; Motionera Mera, logotypen visar en löpare i många olika färger, vilket speglar vår vida och aktiva målgrupp. Denna figur är även lätt att komma ihåg och återkopplas till oss. Vi kommer även att sälja en mössa med vår logotype på, som ytterligare ett sätt att synas på, där vi även skänker delar av vinsten till välgörenhet.

Organisation



██████████ **VD:** ██████████ valdes till VD eftersom hon är den naturliga ledaren. Med erfarenhet och kunskap att leda och organisera, samt erhålla ett övergripande ansvar, var hon det givna valet.

██████████ **Ekonomiansvarig:** Med ett starkt sinne för pengar, tillsammans med ett stort intresse och goda kunskaper inom affärsvärlden och bokföring, passar ██████████ utmärkt för jobbet som ekonomiansvarig.

Vår handledare är läraren och entreprenören ██████████ ██████████ som hjälper oss att nå våra mål genom att dela med sig av teoretisk kunskap kring entreprenörskap, företagsekonomi, utveckling och motivation.

Vår rådgivare ██████████ finns tillgänglig för att hjälpa oss, bolla idéer, komma med råd, reflektera och utveckla våra prestationer.

██████████ har stor erfarenhet från träningsbranschen, hon jobbar just nu som tränare på Lycksele skidgymnasium och har erfarenhet från en egen framgångsrik elitsatsning inom längdskidåkning.

██████████ har även lett många träningsgrupper för nybörjare och är utbildad i Idrottsvetenskap med inriktning idrottsmedicin och coaching.



Produkten



Dagens samhälle speglar den livsstil som tagit form under det senaste decenniet, inaktivitet i alla åldrar är ett faktum och till följd av detta är välmående på såväl det fysiska som psykiska planet sämre än någonsin.

Vi har därför valt att starta detta UF-företag; Motionera Mera, med målet att få människor att röra på sig och forma en ny, hälsosammare vardag. Vi som driver företaget är två ekonomistuderande skidelever, som brinner för träning och en aktiv vardag. Valet att starta detta företag var därför lätt, då vi har chans att dela med oss av viktig kunskap inom träning och fysiologi som vi besitter.

Det finns idag ett stort behov av att främja rörelse i alla dess former, vi anser att det finns ett intresse av detta men kanske inte den kunskap som krävs. Vi rycker därför in! Företaget Motionera Mera UF finns för att allmänheten ska kunna träna med oss, oavsett ålder, kön eller nivå.

Vi satsar även på att nå ut till företag och erbjuda vår gruppträning som en del av arbetsplatsernas friskvård.

Samt att vi vill vara en del av integrationen i dagens samhälle. Det kan vara svårt att ta del av gemenskapen i ett främmande land, vi har därför träningar där nyanlända får delta gratis, där detta bekostas av skolan. Vår ambition är alltså att vi ska hjälpa nyanlända till att integrera i samhället via idrottens gemenskap.

Vi anpassar träningen på en personlig nivå, och kan därför uppfylla många människors behov. Vårt mål är att främja folkhälsan i Västerbotten, med engagemang och kunskap kan denna vision nås.

Affärsidé: "Vi erbjuder Västerbottens invånare möjligheten till gruppträning på motions- och elitnivå."

Marknadsundersökning



Marknadsundersökningen genomfördes med syftet att ta reda på efterfrågan kring vår produkt, men även att hitta prisklasser för vår tjänst. Resultatet av undersökningen var betydande för vår prissättning samt träningspassen form.

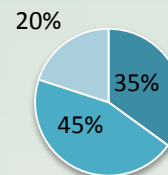
Vi använde oss av personliga intervjuer till undersökning av marknaden, detta gjordes eftersom vi ville få en djupare inblick och personliga reflektioner om vår idé, priser och generella tankar från allmänheten. Intervjuerna utformades på det sättet att vi i företaget har talat med slumpmässigt valda individer runt om i Västerbotten och sammanställt dessa svar.

Resultat: Vi talade med 40 personer, där alla människor svarade vilket inte gav något bortfall. Vi har en vid målgrupp, och de som tillfrågades var slumpmässigt valda. Vi fick väldigt mycket positiv respons på vårt initiativ och företagande, majoriteten var intresserade av att delta i vår gruppträning. De flesta kunde tänka sig att betala mellan 350-500 kr, vilket vi tar hänsyn till i vår prissättning.

Analys & Målgrupp: Slutsatsen av marknadsundersökningen är att det finns ett behov och en efterfrågan av vår tjänst. Vi vänder oss till människor i alla åldrar, oavsett kön eller tidigare erfarenhet av träning, vilket gör att vår målgrupp är väldigt vid, och avgränsningen sker rent geografiskt, då vi i nuläget endast håller till inom Västerbotten.

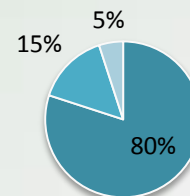
Motionerar du vanligtvis?

- Motionerar inte
- 1-3 gånger per vecka
- Mer än tre gånger per vecka



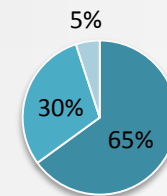
Är du intresserad av att delta i gruppträningar?

- Ja
- Nej
- Kanske



Vad kan du tänka dig att betala för 5st träningsstillfällen?

- 350-500kr
- 500-700kr
- 700-900kr



SWOT-analys



Styrkor

- Unik affärsidé i området
- Kompletterar varandra
- Vid målgrupp
- Inga direkta kostnader

Möjligheter:

- Produkten är till för alla
- Integration
- Motion & gemenskap kombinerat

Svagheter:

- Ingen tidigare erfarenhet av entreprenörskap
- Tidsbegränsningar

Hot:

- Svårt att etablera sig
- Konkurrenter

Konkurrenter: På en internationell och nationell nivå finns det många företag med liknande affärsidéer, som även är väldigt etablerade i denna bransch. Dock är konkurrenterna få i övre delen av Sverige, och vi är nytänkande i och med att vi inriktar oss på gruppträning för allmänheten, samtidigt som vi erbjuder friskvård till företag, samt att vi integrerar nyanlända i idrottens gemenskap.

Run Academy är en grupp av träningsintresserade människor som har inriktat sig mot löpning, under hösten finns det möjlighet att träna tillsammans med denna grupp. Detta är vår största konkurrent i Lycksele, där vi huvudsakligen är etablerade. Dock ser vi inte detta som ett problem, eftersom vi inriktar oss mycket mot vintern och skidåkning. Denna grupp konkurrerar enbart med oss under barmarkträningen.

Vi vänder oss till en större målgrupp och erbjuder varierad träning, vilket vi tror kommer göra vår produkt mycket konkurrenskraftig på marknaden.

Marknadsföring: Marknadsföringen är ett viktigt moment för företaget; att nå ut med vår idé till vår målgrupp är betydelsefullt för att nå kunder. Eftersom vår målgrupp är väldigt varierad så försöker vi att synas på många olika ställen. Websida, Facebook, Instagram, anslagstavlor och affischer är några av de plattformar vi valt att synas på. Genom de sociala medierna når man ut till väldigt många på ett enkelt sätt, däremot kan den äldre delen av målgruppen missa en del information, vilket gjort att vi även har marknadsfört genom att sätta upp affischer i området där vi etablerar oss.

Resultatbudget



Resultatbudget	HT	VT	Hela året
Intäkter			
Försäljning tjänst	7600	8400	16000
Försäljning vara	2670	890	3560
Summa intäkter	10270	9290	19560
Kostnader			
varuinköp	1800	600	2400
Marknadsföring	318	182	500
Kostnader vid mässor	0	1500	1500
kläder	100	0	100
Registreringsavgift	300	0	300
Välgörenhet		580	580
Summa kostnader	2518	1862	3800
Resultat	7752	6428	14180

Prissättning: Marknadsundersökningen som genomförts visade att majoriteten av de tillfrågade individerna kunde tänka sig att betala mellan 350-500kr för fem träningstillfällen. När vi sedan jämförde liknande företags priser, samt gjort konkurrentanalysen kom vi fram till att priset för fem träningstillfällen skulle vara 400kr, vilket blir vinnande för kunderna och företaget. Mössan som säljs med vår logotype kommer att kosta 89kr. Priset till denna mössa är relativt lågt, men eftersom vår huvudsakliga inkomstkälla är gruppträningarna så påverkar det inte företagets omsättning negativt. Målet med försäljningen av mössorna är att marknadsföra företaget, samtidigt som vi skänker delar av vinsten till förmån av svensk ungdomsidrott.

Likviditetsbudget



Likviditetsbudget	Sep	Okt	Nov	Dec	Jan	Feb	Mar	Apr	Maj	Totalt
Ingående likvida medel		-300	989	2862	7752	11415	13415	14760	14760	
Inbetalningar										
Försäljning		1289	4091	4890	4445	2000	2845			19560
Summa inbetalningar		1289	4091	4890	4445	2000	2845			19560
Utbetalningar										
Inköp av mössor			1800		600					2400
kläder			100							100
Marknadsföringskostnader			318		182					500
Mäss-/monterkostnader							1500			500
registreringsavgift	300									300
Välgörenhet									580	580
Summa Utbetalningar	300	0	2218	0	782	0	1500			4380
+/- mån	-300	989	2862	7752	11415	13415	14760	14760	14180	
Utgående likvida medel	-300	989	2862	7752	11415	13415	14760	14760		
Resultat									14180	14180

Framtid



Målsättning

Strategiska mål: Vi vill främja folkhälsan i Västerbotten, öka motionen i vardagen och öka välmående på en fysisk och psykisk nivå. Vi vill samtidigt dela med oss av våra kunskaper och självklart lära oss om entreprenörskap och under tiden har väldigt roligt. Vi vill även ha ett vinstdrivande företag samt att våra kunder ska vara nöjda.

Operativa Mål: Vi vill nå ut till minst 40 kunder, runt om i Västerbotten under vårt UF-år. Tanken är att det ska finnas två grupper i Lycksele, samt en grupp i Storuman och en grupp i Norsjö, på 10 personer vardera, vilket totalt blir 40 personer. Vi har som mål att vinna någon tävling under UF-mässan, därför är målsättningen att satsa helhjärtat på detta och lägga ned tillräckligt med tid, så vi själva blir nöjda och gör vårt bästa.

Utveckling

Efter avslutat UF år vill vi gärna vidareutveckla vår idé och bli verksamma i större områden, kanske på ett nationellt plan. Eftersom vi brinner för träning och hälsa är vårt engagemang stort, när kostnaderna för oss är knappa finns det alltså stor utvecklingspotential och möjligheterna är oändliga.

Vi vill även fortsätta med detta som integrationsprojekt, då vi anser att idrott är en bra plattform för gemenskap och integration. Vi ser möjligheter med detta företag och kan alltså även se en framtid.

Aktivitetsplan 2016-2017



	Sep	Okt	Nov	Dec	Jan	Feb	Mar	Apr	Maj
Brainstorming									
Registrering av UF									
Rådgivarkontakt									
Marknadsundersökning									
Söka sponsorer									
Logga									
Marknadsföring									
Sociala Medier									
Hemsida									
Produktion av vara									
Affärsplan									
Gruppträningar									
Mässor									
Årsredovisning									
Avveckling									

Underskrifter av styrelsemedlemmar

[Redacted signature]

[Redacted name], 2016-11-30

[Redacted signature]

[Redacted name], Ekonomi, 2016-11-30



Motionera Mera UF