



Affärsplan

2016-2017



Dragonskolan | Ekonomiprogrammet



Innehållsförteckning

Affärsidén.....	3
Bakgrund.....	3
Produkt.....	4
Hållbarhetsplan.....	4
Resurser.....	6
Nätverk.....	6
Kunder.....	6
Konkurrenter.....	7
Marknaden.....	7
Undersökning.....	8
Marknadsföring.....	8
Ekonomi.....	9
Budget.....	9
Finansiering.....	10
SWOT-analys.....	10
Mål.....	11
Framtid.....	11





Royal Scent UF



Affärsidé

Vår affärsidé grundas på att erbjuda återvunna och egentillverkade ljus med dofter som gör skillnad. Genom insamling av burkar, stearin och kriter kommer vi på *Royal Scent UF* uppnå vårt mål, en helt återvunnen produkt. Vi kommer även att erbjuda stilrena etiketter med budskapet "du släckte väl ljuset". Detta sätt bidrar till en möjlighet att förminska brandrisken. Kunderna vi vänder oss till är miljö- och designmedvetna personer med önskan efter ett väldoftande hem.

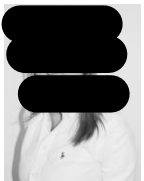
Bakgrund

Vi är fem tjejer som ligger bakom detta företag och vi är ett gäng med blandade egenskaper och personligheter.



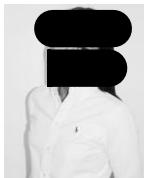
VD: [Redacted]

[Redacted] är en person med höga ambitioner och strävar alltid för att nå toppen. Hon får saker gjorda och är under tiden en glädjespridare som bidrar till bra sammanhållning i gruppen. Tack vare sina egenskaper passar hon perfekt som VD.



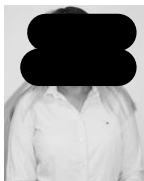
Ekonomiansvarig: [Redacted]

[Redacted] är en person som är noggrann i vad hon gör och trivs bra med siffror. Hon gillar även att utmana sig själv och lösa problem. Därmed är hon mer än lämpad som ekonomiansvarig på *Royal Scent UF*.



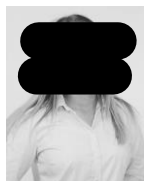
Marknadsansvarig: [Redacted]

[Redacted] är en tjej som brinner för entreprenörskap. Hon är duktig på att göra fina designers och har stor kunskap inom marknadsföring. Detta hjälper företaget att alltid visa sig från sin bästa sida. Detta gör att hon passar perfekt som marknadsansvarig.



Inköpsansvarig: [Redacted]

[Redacted] är en person som har lätt att kommunicera med andra människor samt att skapa kontakter. Detta bidrar till en stor fördel för företaget eftersom att hon utökar vårt nätverk. Isacson är bra på att hantera siffror samt att jämföra priser. Därför passar hon perfekt som inköpsansvarig i *Royal Scent UF*.



Försäljningsansvarig: [Redacted]

[Redacted] är en positivt inställd person med ett stort intresse för utveckling och framgång. Hultdin är positiv till att träffa nya människor och att skapa kontakter. Engagemanget för planering är stort vilket är till fördel då Hultdin ansvarar för att företaget ska gå i vinst.



Produkt

Hos oss på *Royal Scents UF*, vill vi erbjuda hållbara, återvunna och närproducerade doftljus. I vårt sortiment kommer ni finna dofter som är anpassade efter årstider. Även ljus med anti-tobak och anti-kök. Vi kommer själva att tillverka ljusen, då vi som grupp alltid velat samarbeta och producera något själva.

Varför välja just oss?

- **I besluten** vi tar, utgår vi alltid från miljöns bästa.
- **Vi erbjuder** en produkt med hög kvalitet till ett lågt pris
- **Våra ljus** är helt återvunna
- **Vi sticker ut** med dofterna anti-tobak och anti-kök. Som inte bara är en doft utan bidrar med något positivt för kunden.
- **Vi blandar** mysig hemkänsla med en stilren och elegant aura.
- **Vi anpassar** våra ljus till just kundens önskan



Att tillverka våra ljus är väldigt miljövänligt och ekonomiskt. Per enhet kostar ljuset ca 10 kr att tillverka och dessutom är processen väldigt enkel. För oss samt miljön är det något väldigt positivt. Vårt break-even är endast 28 st ljus och miljön kommer inte till skada då det används återvunna produkter och utrustning. Här till vänster har ni tillverkningsprocessen i 4 enkla steg.

Hållbarhetsplan

Hållbarhet för oss på *Royal Scents UF* innebär ett förhållningssätt som präglas på hela vår verksamhet. För oss är hållbarhet den grundläggande pelaren i företaget. Oavsett vad vi gör så speglas det i vårt sociala-, samhälls- och miljö- ansvar. För våra kunder, medarbetare och vår omvärld. Vi vill skapa en trivsamt arbetsplats för alla i gruppen, minimera miljöpåverkan och bidra till en bättre värld. Den här ambitionen pågår oavbrutet och är en del av vårt dagliga arbete.





Övergripande hållbarhetsmål:

- **Att leverera** en hållbar produkt samt driva en lönsam verksamhet.
- **Att minimera** påverkan på vårt klimat.
- **Att ge** oss som ägare av företaget chansen att skilja på privat och arbetsliv samt erbjuda ett arbetsklimat där alla kan trivas.

Hos oss på *Royal Scent UF* sätter vi alltid miljön främst och i fokus. Vi har jobbat för att hela processen runt ljuset ska vara så miljövänlig som möjligt. För att ni ska få en inblick i hur vi tänker ur ett hållbart perspektiv -socialt, ekonomiskt och ekologiskt - ska vi förklara vår väg från tillblivelse via användning till avyttring.

För att göra miljöpåverkan så minimal som möjligt har vi valt att fokusera mycket på att söka samarbetspartners för produktens alla delar. Tack vare detta kan vi erbjuda en produkt med minimal miljöpåverkan samt till ett billigt pris.

-Vi får vårt stearin främst från *Hotell Vännäs*. Detta hotell erbjuder julbord under hela december. Hos dem slängs mängder med stearin varje år, stearin som vi valt att ta reda på. Vi fraktar sedan stearinet genom bra planering för att minimera extra körningar samt kostnader och miljöpåverkan.

-Ett svårt val för oss var att bestämma hur vi skulle färga våra doftljus. För att ge våra ljus en fin färg var vår första tanke att köpa in karamellfärg. Vi tyckte dock att processen för att tillverka karamellfärg har en onödig påverkan på miljön och dessutom att det var en onödig kostnad för oss. Därför beslutade vi oss om en annan lösning, vaxkriter. Dessa kriter får vi från olika förskolor i Umeå. När kriterna används så går många sönder och slängs trots att det finns mycket av kriter kvar. Det har vi valt att ta reda på.

-Vi får våra burkar från *Leos Lekland*. *Leos Lekland* är ett lekland dit många barn kommer varje dag. Barnen äter barnmat och sedan slängs burkarna. Detta har vi valt att använda oss av. Här har vi också planerat frakten så att påverkan på miljön och kostnader blir så liten som möjligt. Vi har nämligen ett flertal personer i vår klass som tar med sig dessa glasburkar hem till oss efter dess arbetsdag.



Alltså, på detta sätt får vi alla delar vi behöver för att skapa vårt helt återvunna doftljus utan en påverkan på miljön eller våra kostnader. Detta betyder att vi tar vårt ansvar både ekonomiskt och ekologiskt. Vi tänker även ständigt på vårt samhällsansvar. Våra kunder, samarbetspartners och hela vår omgivning är viktigt för oss. Därför försöker vi alltid bemöta alla människor, oavsett identitet, med ett leende och positiv energi. Vi vill att alla ska känna sig glada när dem möter oss och att dem bär med sig en positiv känsla när dem går därifrån.

Vi vill, som sagt, att miljön i vårt företag ska genomsyra hela vår verksamhet. Vi föredrar att tänka på det som ett kretslopp som aldrig ska ta slut. För att uppnå detta har vi valt att ge våra kunder en fördel om dem hjälper oss att göra gott för miljön. Våra konsumenter får en rabatt på sitt nästa ljus (30%) om de kommer tillbaka med sin förbrukade glasburk till oss. På detta sätt går vi alla vinnande ur affären. Vi får nya burkar vi kan tillverka ljus i. Våra kunder får ett nytt ljus till billigare pris samt en möjlighet att vara med och göra gott för miljön. Sist men inte minst behöver inte naturens resurser användas för att tillverka en ny glasburk.

Detta är hur hållbarhet kommer att se ut hos oss på *Royal Scent UF* kommande *UF* år.



Resurser

I processen när vi ska tillverka våra återvunna doftljus erbjuder vår försäljningsansvariga Lina Hultdin sin bostad för produktionen. Den utrustning vi kommer att använda oss utav när vi ska tillverka stearinljusen är återvunna konservburkar och en kastrull som vi tagit hemifrån.

De leverantörer vi samarbetar med är Hotel Vännäs som bidrar med stearinljusstumpar, Leos lekland som hjälper oss att samla in barnmatsburkar samt förskolor i Umeå som ska samla in en andel vaxkriter som vi ska använda i vår tillverkning. Dessa leverantörer medför en stor fördel för företaget eftersom vi får burkar, stearin och kriter till vår ljusstillverkning utan kostnad.



Detta innebär att vi blir ett miljövänligt företag eftersom att vi återanvänder utrustning och material i vår produktion. Dom utgifter vi har för tillverkningen av ljusen är endast ljusvekarna, doftolja och etiketterna. Därav har vi få utgifter i vårt företag.

Nätverk

Vi har lyckats få de kontakter vi behöver för att starta vårt företag genom att vi själva byggt upp ett nätverk med våra nuvarande kontakter. Genom befintliga relationer såsom kompisar, familj och släktingar har vi skapat kontakt med olika företag. Dessa företag är Leos lekland, Avion Shopping, Hotel Vännäs och förskolor som hjälper oss att etablera vårt företag. Sist men inte minst har vi fått en ny kontakt, vår rådgivare, Ewa Renkonen. Kunskaperna Renkonen besitter hjälper oss att få en bättre bild av hur arbetsmarknaden ser ut. Vi är väldigt glada att vi mött henne då hennes kunskaper kan vara bra att ta hjälp av i framtiden.

Kunder

Vår kundkrets är alla privatpersoner. Detta då vi antyder att doftljus passar alla åldrar och kön, både som gåva eller för eget bruk. Sortimentet innefattar bland annat två dofter som anpassar sig efter kundens personliga behov. Ljusen, anti-kök och anti-tobak, riktar sig till den kundkrets som anser att doften som finns i hemmet är ett bekymmer. Anti-kök ljuset riktar sig till vardagskocken som vill dölja lukten av stekos i hemmet medan anti-tobak ljuset riktar sig mot tobaksanvändare som effektivt vill ta bort tobakslukten. Enligt årets julrapport av HUI så har 2016 hittills beskrivits som hemmets år i detaljhandeln. Hushållen har det gott ställt och äger möjligheten att investera i hemmet. Den bransch med starkast utveckling på marknaden är heminredningshandeln och enligt de senaste bedömningarna så kommer utvecklingen fortsätta. Detta är positivt därför att vi vill erbjuda produkter som efterfrågas på marknaden, sådana produkter som intresserar våra kunder. Vi vill vara med i utvecklingen inom detaljhandeln och bidra med det vi kan.





Konkurrenter

På marknaden existerar idag många företag som erbjuder doftljus som deras huvudvara. Det har även blivit lite av en trend att som UF-företagare tillverka och sälja ljus i olika dofter och former. Detta ljus har en bred marknad och kundkrets. Liknande företag erbjuder ofta antingen miljövänliga produkter eller produkter som gör skillnad. Vi på Royal Scent UF erbjuder en produkt som täcker båda behoven. Vi strävar efter att tillverka ett helt återvunnet ljus i den utsträckningen det går, vilket vi anser att konkurrenter endast lyckats komma halvvägs med. Jämfört med andra företag så erbjuder vi doftljus med originella dofter samt "du släckte väl ljuset" etiketter. Vi erbjuder dofter som gör skillnad, det är en svaghet vi finner hos andra företag då deras dofter endast doftar gott. Doften "anti tobak" och "anti kök" är något utöver det vanliga. Etiketterna är ett av alla våra försäljningsknep. Dessa är originella på det sättet att de kommer att synas och vara betydande med stilren design. Brandförsvaret och olika försäkringsbolag erbjuder liknande etiketter utan att reflektera över vad bostadsinnehavare egentligen vill klistra fast på väggen/dörren. Vad som är vår fördel gentemot våra konkurrenter är vår originella affärsidé som är i minsta detalj. I samverkan med Mäklarringen blir intrycket av vårt varumärke mer seriöst då det är ett etablerat företag.



Marknaden

För att sälja våra återvunna och egentillverkade doftljus kommer vi använda Instagrams tjänst InstaDirect. Där skriver man vilket eller vilka ljus som ska beställas. Betalning kommer ske via Swish. Lika kommer ett kvitto sparas som en händelse på kundens och företagets Swish. För att cirkeln ska slutas på ett miljövänligt sätt kommer vi sätta en pant på de glasburkarna till våra doftljus. Detta gör att när ljusen brunnit ner får kunderna chansen att vara hållbara och skicka tillbaka burkarna till oss. Då kan vi producera nya ljus i samma glasburkar.

De fem P-na

Produkt: Vår produkt är återvunnen då miljön är en viktig utgångspunkt för oss i *Royal Scent UF*. Ljusen är enkla och stilrena som passar alla. Vi tror på vår produkt och att det kommer finnas en stor efterfrågan på dem.

Pris: Eftersom vi använder oss utav återvunnet stearin och burkar så kommer vi kunna erbjuda kunderna ett konkurrenskraftigt pris där vi även går med vinst.

Plats: Vår försäljning sker främst i vår hemstad Umeå och även i Skellefteå. I Skellefteå kommer vi delta i årets UF-mässa. Då vi alltid strävar efter att utvecklas och expandera som företag vill vi också ha försäljning på andra orter.

Personal: Vi är fem stycken målmedvetna tjejer och är redo att satsa för att nå toppen. Våra personligheter kompletterar varandra perfekt vilket gör att vi blir ett starkt team.

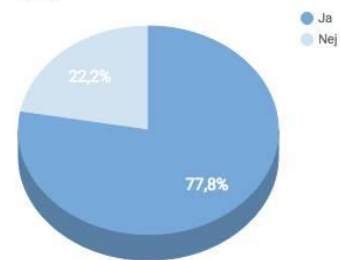
Påverkan: Med hjälp av visitkort, sociala medier och *word of mouth-metoden* gör vi *Royal Scent UF* synligt. Vi märker redan stor respons av människor i vår omgivning som sprider ryktet vidare om våra kommande produkter.



Undersökning

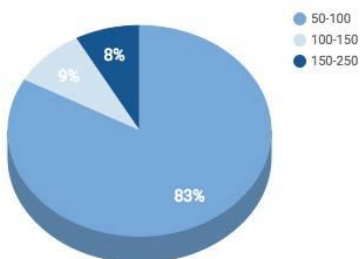
Vi gjorde en marknadsundersökning där 100 personer tillfrågades om frågor som handlade om vår produkt. I undersökningen tillfrågades lika många kvinnor och män och denna gjordes via Surveymonkeys enkätverktyg. Där utformar man en enkät och sedan får en länk som vi främst delade via Facebook som spred sig snabbt. Detta genom att vi använt oss av Facebook runt om hela Sverige vilket är bra då vi kan se om intresset finns på fler ställen än i Umeå. Dessutom är det även ett effektivt sätt att visa upp vårt varumärke.

Skulle du vara intresserad av att köpa vårt ljus?

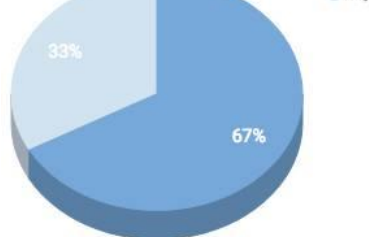


2. Är hållbarhet viktigt för dig?

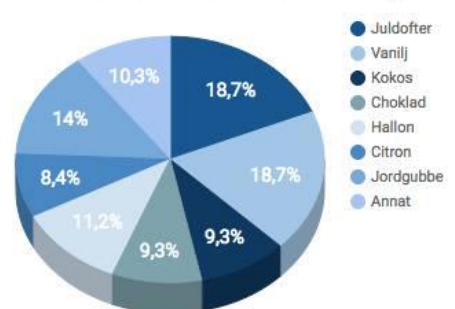
1. Hur mycket skulle du kunna tänka dig att betala?



2. Är hållbarhet viktigt för dig?



3. Vilken doft föredrar du i ett doftljus?



1. I vår marknadsundersökning svarade majoriteten att de skulle tänka sig att betala 50-100 kronor för ett ljus. Vi har därför satt ett pris som är 59kr/st då vi vill erbjuda våra kunder en hållbar produkt till ett lågt pris.

2. En annan fråga vi ställde var om vårt kundnätverk skulle vara intresserade av att köpa en hållbar och återvunnen produkt. Där svarade 65,8% ja vilket känns väldigt uppskattat då det viktigaste för oss är att ha en hållbar idé.

3. Vi kommer utforma våra dofter efter högtider och årstider. Under julen kommer vi ha dofter som pepparkaka, glögg, kanel och choklad. Sedan mot sommaren kommer vi övergå till somriga och friska dofter. En doft som vi erbjuder under hela vårt UF-år kommer att vara doften vanilj då majoriteten valde den som sin favoritdoft.

Marknadsföring

Vi i *Royal Scent UF* kommer nå ut till våra kunder via sociala medier. Vi har startat upp ett Facebook- samt Instagram-konto där vi kommer uppdatera kontinuerligt. Där kommer det finnas information och nyheter om våra egentillverkade doftljus. Vi kommer inte att satsa våra pengar på att synas i TV eller höras på radio. Däremot kommer vi utnyttja att Umeå är en mindre stad som har ryktet att "alla känner alla". Vi kommer att förlita oss på *word of mouth-marknadsföring*. Därmed kommer vår största reklampelare vara våra nöjda kunder som i sin tur berättar vidare om vår produkt till dem de känner. På så sätt kommer vårt kundnätverk utökas och förhoppningsvis nå ut till alla som är intresserade av att köpa våra doftljus.



Ekonomi

När vi är klar med vår affärsidé och affärsplan kommer vi börja med att producera våra doftljus. Vi köper in allt i början av vår produktion och kommer nödvändigtvis

inte behöva köpa mer under försäljningen. I december och mars kommer vi att delta i mässor och där förväntas vi sälja som mest. Under vårt UF-år kommer vi att använda oss av en aktiv instagrananvändare för vårt företag som kommer uppdateras kontinuerligt.

Tidsplan

Arbetsområde/Månad	sep	okt	nov	dec	jan	feb	mar	apr	maj
Affärsidé/bildande									
Affärsplan									
Inköp									
Produktion									
Marknadsföring									
Försäljning/mässor									
Aweckling/årsredovisning									

Budgetering

Vi har ett utmanande mål att sälja tvåhundra femtio ljus vilket kräver fokus och effektivitet. Då vi inte har någon kostnad för lokal där vi tillverkar ljusen kommer vi inte att behöva betala några räkningar. Eftersom att vi producerar våra ljus med hjälp av återvunna resurser blir kostnaderna för materialinköp väldigt låga. Det enda vi egentligen behöver köpa för att producera ljusen är doftolja och vekar. Då doftoljan har en stark doft behöver vi inte mer än två droppar till varje ljus och behöver därför inte köpa många av dem. Detta gäller även för vekarerna som räcker till många ljus. Kostnaden för dessa är totalt fyrahundra kronor och det köper vi innan produktionen. Vi kommer också att köpa in etiketter med vår stilrena logga där kostnaden kommer ligga på hundra kronor totalt.

Likviditetsbudget

Penningflöde	sep	okt	nov	dec	jan	feb	mar	apr	maj	Summa
Ingående överskott		300	300	525	6325	8095	9865	12405	14175	
<i>inbetalningar</i>										0
Risikkapital		300		250						550
Försäljning varor/tjänster				5900	1770	1770	3540	1770		14750
Försäljning övrigt				750						750
Sponsring										0
Summa inbetalningar	300	0	1000	5900	1770	1770	3540	1770	0	16050
<i>utbetalningar</i>										0
Mtrl/varuinköp				400	100					500
Marknadsföring										0
Mässor				75			1000			1075
Administration										0
Försäkring				300						300
Återbetalning risikkapital									550	550
Summa utbetalningar	0	0	775	100	0	0	1000	0	550	2425
månadens överskott/un	300	0	225	5800	1770	1770	2540	1770	-550	Resultat
<i>Till nästa månad</i>	300	300	525	6325	8095	9865	12405	14175	13625	13625

Resultatbudget

Resultatbudget	
Intäkter	
Försäljning varor/tjänst	14750
Försäljning övrigt	750
Sponsring	0
Summa intäkter	15500
Kostnader	
Varu-/materialinköp	500
Marknadsföring	0
Mässor	1075
Administration	0
Försäkring	300
Summa kostnader	1875
Resultat	13625



Finansiering

För att finansiera vår företagsstart kommer vi att sälja fika i närheten av café mitten som ligger i Dragonskolan, Umeå. Samt kommer vi medlemmar i företaget bidra med 50 kronor vardera till riskkapitalet och vår rektor bidrar med trehundra kronor. Vi kommer nödvändigtvis inte behöva stora summor som startkapital då vi använder oss av återvunnet stearin & återvunna "hållare" i form av glasburkar. Stearinet & glasburkarna kommer vi få gratis av våra medarbetare då de har förbrukat det.

SWOT- Analys

Strengths

- ♦ Miljövänlig produkt.
- ♦ Relativt lågt pris på marknaden.
- ♦ Återvunna resurser.
- ♦ Originella dofter.

Opportunities

- ♦ Inrednings intresset är större än någonsin i år.
- ♦ Produkten är enkel att vidareutveckla och förnybar.
- ♦ Möjligheten att gå med vinst är stor då utgifterna är få.



Weaknesses

- ♦ Förstagångsföretagare.
- ♦ Inga garanterade resurser av stearin och glasburkar.

Threats

- ♦ Billigare priser för ljus.
- ♦ Flera större konkurrenter inom området.



Mål/Framtid

För oss på *Royal Scent UF* har vi som motto att inga mål är för höga och att ingen dröm är utom räckhåll. Vi kommer därför möta utmaningar med positiv inställning och framgång med glädje.

För att framtiden för oss ska bli lättare samt för att vi enklare ska kunna bryta ner delmål så har vi ställt upp ett tydligt och **SMART** mål.

Specifikt:

Vårt mål är mängder av nya erfarenheter, att ha ett roligt och givande år, få ett bra betyg och förhoppningsvis, som bonus, vinna "bästa hållbara vara".

Mätbart:

Vi kan mäta ifall vi har nått vårt mål med känslan efter året. Har vi haft roligt? Har vi lärt oss något? Vi kan också kolla till vilket betyg vi fått samt ifall vi vunnit något pris.

Agreed :

Hela vårt företag har satts sig ner och kommit överens om dessa mål. Det är en av det största anledningarna till vi tror att vi kommer uppnå dem.

Realistiskt:

Vårt mål är realistiskt eftersom att det är möjligt att vi lär oss mycket, har roligt och får bra betyg. Det är även inte omöjligt att vi vinner något pris. Vi har dock gått in med inställningen att om alla mål är uppnådda förutom pristagandet så är vi väldigt nöjda med vad vi åstadkommit.

Tidsbestämt:

Vi har en tydlig bestämd tid då vi vet att vi kommer avveckla vårt företag i Maj.

Vi hoppas på att vi kommer kunna fortsätta driva detta företag även efter UF-året.

Underskrifter

Umeå 2016-11-30

VD [Redacted] Ekonomichef [Redacted] Marknadsche [Redacted]

[Redacted]

Försäljningchef [Redacted] Inköpschef [Redacted]

[Redacted]



royalscentuf@gmail.com



@royalscentuf



Royal Scent UF

Dragonskolan | Ekonomiprogrammet