

**[Din virksomhed]**

[Din tagline]

👤 Dit Navn

📍 Adresse

📞 Telefonnummer

✉️ Email

🌐 Website

**Indholdsfortegnelse**

[**[Din virksomhed] 3**](#_heading=h.1uor7muvzsyk)

[Resumé 3](#_heading=h.vck60f6jpn7z)

[Idégrundlag 4](#_heading=h.t1ysuwsucokj)

[**Produktet 5**](#_heading=h.1s04byx1h2s6)

[Personlige Ressourcer 5](#_heading=h.giluijl4els1)

[Elevator pitch 6](#_heading=h.kto2dylbr0od)

[Uddybende om [virksomhedens navn] 7](#_heading=h.99ls72hu74i7)

[**Markedet 8**](#_heading=h.lkcn7t17jivg)

[SWOT 8](#_heading=h.gcba4tvaar7c)

[Yderligere til markedet 9](#_heading=h.v15bqsj1drt5)

[Salg og markedsføring 10](#_heading=h.kaovp2moczds)

[**Organisering og udvikling 11**](#_heading=h.70ye5xtg5w2x)

[Organisering 11](#_heading=h.2coo6f32y86h)

[**Virksomhedens udvikling 12**](#_heading=h.8vccvcna2jbd)

[Milepæle 12](#_heading=h.bdlu3pn3h1ld)

[**Økonomi 13**](#_heading=h.tp1mj54knovq)

[Budget 13](#_heading=h.ea9u1jk5k09s)

[Finansiering 14](#_heading=h.vc1hpchjbiio)

# [Din virksomhed]

| Resumé |
| --- |
| *Giv en overordnet beskrivelse af din virksomhed her.*  *Inkludér gerne, hvem der står bag virksomheden, og hvad virksomhedens forretningsgrundlag er (hvad sælger virksomheden).* |

| Idégrundlag |
| --- |
| *Dybdegående forklaring af din forretningsidé, herunder formålet, målsætning og hvordan din virksomhed adskiller sig på markedet.*   * Hvorfor er forretningsidéen god og skaber værdi? * Hvilke og hvor mange kunder er det planen at opnå? * Hvilket problem løser din idé? * Hvordan adskiller din idé sig fra andre idéer? * Hvad gør din idé rentabel? |

# 

# Produktet

| Personlige Ressourcer |
| --- |
| *Her kan du med egne ord beskrive dine styrker og svagheder.*  *Det er vigtigt, at du ikke går ud fra, at du kan det hele selv - fordi det er sjældent udgangspunktet. Hvis du kan, er det selvfølgelig fedt!*  *Men du må ikke tænke det som et nederlag, hvis der er områder, du ikke selv er specialist indenfor.* |

Du kan bruge figuren her til at visualisere et overblik over styrker og svagheder

| **Styrker** | **Svagheder** |
| --- | --- |
| *Her kan du liste de styrker, du tager med dig ind i virksomheden fx.*   * Markedsføring * Annoncering * Salg * Produktion | *Her kan du liste de svagheder du har, for at identificere, hvor du evt. skal have hjælp fx.*   * Regnskab * Transport * Billedredigering |

| Elevator pitch |
| --- |
| *En elevator pitch er en kort, præcis og engagerende præsentation af din forretningsidé, produkt eller dig selv. Navnet kommer fra ideen om, at pitchet skal kunne leveres på den tid, det tager at tage en elevator, typisk 30 sekunder til to minutter. Husk, at nøglen er at være klar, præcis og engagerende. En effektiv elevator pitch skal kunne levere din idé på en måde, der efterlader et varigt indtryk på lytteren.* |

| Uddybende om [virksomhedens navn] |
| --- |
| Hvilket kundebehov dækker [**virksomhedsnavn]?**  Hvilke mulige leverandører kan der være?  Hvordan håndterer konkurrenterne salget af deres produkt/ydelse?  Hvorfor skal kunden vælge dit produkt/ydelse frem for konkurrentens?  Hvad koster det dig at købe/udvikle dit produkt/ydelse?  Hvad skal dit produkt/ydelse koste? |

# Markedet

*Du skal kende det marked, du skal træde ind på, før du kan markedsføre det. Og markedsføring er faktisk ikke det eneste, der afhænger af din markedsanalyse, så det er et****utrolig vigtigt punkt****i din forretningsplan.*

*Det betyder, at du skal lave en gennemgribende analyse af markedet. Du kan fx undersøge hvilke konkurrenter, der er på markedet og hvilke kunder, du tænker at sælge til? Det kan være en fordel, hvis du inddeler dine kunder i forskellige segmenter. Skal du sælge til privatpersoner eller virksomheder?*

| SWOT *Som du kan se, er der mange ting, du skal være opmærksom på i din markedsanalyse. Det kan være en fordel at lave en SWOT-analyse af din virksomhed, fordi den vil kortlægge de muligheder og udfordringer, der kan være.* | |
| --- | --- |
| **Styrker**  *Styrker refererer til interne forhold eller ressourcer, der giver virksomheden en konkurrencefordel. Dette kan omfatte et stærkt brand, erfaren ledelse, effektive processer eller unikke kompetencer.* | **Muligheder**  *Muligheder refererer til eksterne faktorer, som virksomheden kan udnytte til at opnå vækst eller forbedre sin position. Dette kan omfatte ændringer i markedstendenser, lovændringer, eller nye teknologier.* |
| **Svagheder**  *Svagheder identificerer interne elementer, der begrænser virksomhedens præstation. Dette kan omfatte manglende ressourcer, dårlig intern kommunikation, eller teknologiske begrænsninger.* | **Trusler**  *Trusler identificerer eksterne faktorer, der potentielt kan påvirke virksomhedens succes negativt. Dette kan omfatte øget konkurrence, ændringer i forbrugeradfærd, eller makroøkonomiske udfordringer.* |

| Yderligere til markedet |
| --- |
| Potentielle kunder (hvor mange)?  Hvor befinder de sig (geografi, medievalg mv.)?  Hvor meget køber kunder i dag af lignende produkter/ydelser?  Hvem er dine konkurrenter?  Hvordan er konkurrencesituationen i branchen (høj/lav)?  Hvor stor en markedsandel er det realistisk for dig at få?  Hvad er det vigtigste konkurrenceparameter i din branche? |

| Salg og markedsføring |
| --- |
| *Du skal beskrive de aktiviteter, du vil lave for at sælge og markedsføre din nye virksomhed. Det handler om de ting, der skal til for at tiltrække nye kunder. Det er alfa omega som selvstændig, at du kan sælge dit produkt eller din ydelse - da du ellers ikke kan tjene penge.*  *Kortlæg de mulige salgs- og markedsføringsaktiviteter, du skal have. Du skal både tænke på det i forbindelse med opstartsfasen og i den videre drift. Du vil typisk bruge ekstra krudt på salg og markedsføring lige i starten, da der ikke er noget kendskab til din virksomhed endnu*.  Hvilke kanaler skal du bruge til at sælge dit produkt/ydelse?  Hvor og hvordan vil du markedsføre dit produkt/ydelse?  Hvad koster salgs- og markedsføringsaktiviteterne?  Kan du bruge dit netværk til at promovere dig?  Hvorfor vil du bruge netop de aktiviteter, du har valgt? |

# Organisering og udvikling

Du skal beskrive, hvordan din virksomhed skal organiseres, og hvordan den skal forløbe i hverdagen. Hvordan og med hvem vil du drive din virksomhed, hvis du har ansatte eller partnere Udfyld felterne for at vise et overblik over virksomheden, hvis du har ansatte eller partnere. Indsæt gerne flere afdelinger, hvis det er nødvendigt.

| Organisering |
| --- |
| Navn  Leder(e)MarketingØkonomiAdministrationTeamNavnTeamNavnTeamNavnNavn |

# Virksomhedens udvikling

*Det er en fordel, hvis du allerede ved opstart formår at tænke fremad. Derfor kan det være en stor hjælp at lave milepæle i din virksomhed. Milepæle er målbare begivenheder eller resultater, der markerer vigtige stadier i virksomhedens udvikling og vækst. Disse nøglepunkter hjælper med at evaluere succes, retning og opfyldelse af overordnede mål. Milepæle kan omfatte produktlanceringer, markedsudvidelser, økonomiske resultater eller andre betydningsfulde begivenheder, der bidrager til virksomhedens fremgang. De bruges som retningslinjer og indikatorer for, hvorvidt virksomheden bevæger sig i den ønskede retning.*

| Milepæle | | |
| --- | --- | --- |
| **Indeværende år** | **2. år** | **5. år** |
| *Skriv delmål og mål og evt. hvordan du tænker, du kan opnå dem. Eksempler:*   * ***Januar****: Vær til stede på facebook, instagram og website* * *Vækst kunder med 20%* * ***Oktober****: Udvid sortiment med 2 produkter* * *Hvad forventer du din*[*omsætning*](https://www.billy.dk/billypedia/omsaetning/)*bliver?* | *Skriv nogle mere overordnede mål/delmål, og evt. hvordan du tænker, du kan opnå dem.* | *Skriv nogle mere overordnede mål/delmål, og hvordan du evt. tænker, du kan opnå dem.* |

# Økonomi

### Budget

Budgetter er afgørende for din virksomheds økonomiske styring. De bruges til finansiel planlægning, forudsige indtægter, kontrollere omkostninger, planlægge investeringer og håndtere din [likviditet](https://www.billy.dk/billypedia/likviditet/).

Budgetter giver dig et grundlag for at evaluere virksomhedens præstation, motivere eventuelle medarbejdere, fremme ansvarlighed og guide strategisk planlægning. Derudover hjælper dine budgetter dig med at styre skatteforpligtelser, identificere risici og sikre, at din virksomhed bevæger sig mod sine økonomiske mål.

Dine budgetter fungerer som visuelle repræsentationer for både dig selv og potentielle finansieringspartnere og bekræfter, at din plan er realistisk.

Tre særligt vigtige budgetter at udarbejde er:

[Etableringsbudgettet](https://www.billy.dk/blog/etableringsbudget/)

[Driftsbudgettet](https://www.billy.dk/billypedia/hvad-er-driftsbudget/) og

[Likviditetsbudgettet](https://www.billy.dk/billypedia/likviditetsbudget/)

Du finder en samlet template på disse budgetter [her](https://www.billy.dk/blog/gratis-budgetskabeloner/)

### Finansiering

Når du har udarbejdet dine [budgetter](https://www.billy.dk/blog/gratis-budgetskabeloner/), er det vigtigt at overveje, hvor meget finansiering du har behov for, og hvordan du kan skaffe disse midler.

For det første er det nødvendigt at beregne det præcise finansieringsbehov ved at trække dine egne midler fra det samlede beløb, du har brug for at starte op. Dette skaber klarhed over, hvor meget ekstern støtte du skal søge. For eksempel, hvis opstartsomkostningerne er 100.000, og du bidrager med 40.000, er dit finansieringsbehov 60.000.

Ved at være realistisk i din vurdering af finansieringsbehovet styrker du din troværdighed og øger dine chancer for at få støtte fra banker, investorer eller crowdfunding-platforme. At være realistisk indebærer også at udtænke forskellige finansieringsmuligheder, hvilket giver dig fleksibilitet og bedre forberedelse.

Banker og investorer foretrækker at arbejde med virksomheder, der præsenterer nøjagtige og gennemarbejdede finansielle planer. Vær derfor realistisk, omhyggelig i dine beregninger.