

LIIKETOIMINTASUUNNITELMAN OHJEISTUS

- 1. Yritysidea**
 - 2. Tuotteen tai palvelun kuvaus**
 - 3. Asiakkaat ja markkinatiedon hankkiminen**
 - 3.1 Asiakkaat ja kohderyhmät**
 - 3.2 Markkinat**
 - 3.3 Kilpailijat**
 - 4. Toimintatavat ja voimavarat**
 - 4.1 Myynti ja markkinointi**
 - 4.2 Oma osaaminen**
 - 4.3 Oma yritykseni**
 - 4.4 Kirjanpito ja talouden suunnittelu**
 - 5. Yrityskuva eli imago**
 - 6. Rahoitus**
 - 7. Toiminnan kannattavuus ja hinnoittelu**
 - 8. Yrityshankkeen SWOT-analyysi**
 - 9. Yrittäjäehdokkaan itsearviointi ja lisätiedot**
-

LIIKETOIMINTASUUNNITELMAN LAATIMINEN

Sanallisen liiketoimintasuunnitelman tekemiseen kannattaa varata aikaa.

Suunnitelmien huolellinen tekeminen auttaa itse ymmärtämään yritysidean toteuttamiskelpoisuutta ja käytännön toteuttamisen eri vaiheita. Myös ulkopuoliset rahoittajat ja yhteistyökumppanit odottavat selkeää suunnitelmaa ja kuvausta aikomastasi liiketoiminnasta.

Liiketoimintasuunnitelman tekemistä kannattaa ajatella prosessina, jossa opit lisää omasta yritysideastasi. Suunnitelman tarkoituksena on jäsentää yrityksesi toimintamahdollisuuksia ja kannattavuutta. Suunnitelma on myös väline yrityksen ohjaamiseksi eteenpäin.

Kun aloitat laatimaan liiketoimintasuunnitelmaa, pohdi ensin kysymyksiä.

Sinun ei välttämättä tarvitse vastata kaikkiin kysymyksiin yksitellen, tarkoituksena on tehdä liiketoimintasuunnitelmasta yhtenäinen kertomus. Kirjoitathan siten, että lukija ymmärtää ideasi lukematta apukysymyksiä. Saatat myös itse palata liiketoimintasuunnitelmaan yrityksen perustamisvaiheessa, tai vaikka vielä yritystoiminnan aikana.

1. YRITYSIDEA

Pohdittavia kysymyksiä:

- Mikä on yritysideasi?
- Miten yritysideasi sai alkunsa?
- Miksi yritysideasi on toteuttamisen arvoinen? Mihin pyrit?

2. TUOTTEEN TAI PALVELUN KUVAUS

Tuote, jota myydään, voi olla tavara tai palvelu. Yrittäjä voi valmistaa itse myytävän tavaran tai myydä jonkun muun valmistamaa tavaraa. Tuote voi myös olla tiedon eli asiantuntemuksen myyntiä. Varsinkin palvelujen kohdalla on pystyttävä mahdollisimman konkreettisesti kertomaan asiakkaalle, mitä hyötyä hänelle tästä palvelusta on, toisin sanoen mitä lisäarvoa hän tästä saa.

Pohdittavia kysymyksiä:

- Mikä on tuotteesi?
- Mitä ainutlaatuisia ja erinomaista siinä on?
- Miten se eroaa markkinoilla olevista vastaavista tuotteista?
- Miten onnistut laadullisesti verrattuna kilpailijoihin?
- Mitä kilpailuetua tuotteesi sinulle tuo?
- Mitä heikkouksia siinä on?
- Mitä kehittämistyötä tuotteesi vielä tarvitsee?
- Mitä etua tai hyötyä siitä on asiakkaallesi? Minkä asiakkaan ongelman ratkaiset?
- Kerro vastaavien markkinoilla olevien tuotteiden hinnat? Miten aiot hinnoitella omasi?

3. ASIAKKAAT JA MARKKINATIEDON HANKKIMINEN

3. 1 Asiakkaat ja kohderyhmät

Voimavarat kannattaa kohdentaa niihin asiakkaisiin, jotka ovat eniten kiinnostuneita yrityksen tuotteesta ja ovat siten potentiaalisia asiakkaita. On suositeltavaa jo alusta alkaen laatia itselleen luettelo niistä tahoista, jotka ovat kiinnostuneita tuotteestasi.

Pohdittavia kysymyksiä:

- Mikä on kohderyhmäsi? Ketkä ovat asiakkaitasi? Pyri jaottelemaan asiakasryhmät pienempiin alaryhmiin.
 - Miksi juuri nämä asiakasryhmät kiinnostavat sinua?
 - Kuinka paljon asiakkaita on?
 - Missä asiakkaasi sijaitsevat? Miten selvität asiakkaiden yhteystiedot? Miten voisit asiakaskyselyllä saada tietoa potentiaalisista asiakkaistasi?
 - Tee asiakkaistasi lista. Kuka on ensimmäinen asiakkaasi?
 - Miten voit hyödyntää häntä markkinoinnissa?
 - Mitkä ovat asiakkaidesi nykyiset ostotottumukset (keneltä asiakas nykyisin -ostaa)?
-

- Kuka tekee ostopäätöksen ja kuka maksaa (aikuisen, lapsi, yritys, julkisyhteisö, muu)?
- Mihin asiakkaasi eivät ole tyytyväisiä?
- Millaisen tuotteen asiakkaasi haluaisivat? Miten voit tähän tarpeeseen vastata?
- Mitä erityisiä lisäarvoja pystyt asiakkaalle tarjoamaan (maksamiseen, toimittamiseen, huoltoon ym. liittyviä)?
- Miten saat asiakkaan ostamaan uudelleen?

3. 2 Markkinat

Markkinoiden tuntemus on lähtökohtana kannattavalle myynnille. Ennen perustamista on hyvä selvittää, millaisilla markkinoilla aikoo toimia.

Pohdittavia kysymyksiä:

- Kuinka suuret kokonaismarkkinat ovat toiminta-alueellasi (esim. volyymin, asiakkaiden lukumäärän, myynnin ym. suhteen)?
- Miten markkinat kehittyvät? Millaisia kehitysnäkymiä toimintaympäristössäsi tulevaisuudessa näet?
- Millaisia sesonkivaihteluja tai suhdanneriippuvuutta suunnitelluilla markkinoilla on?
- Millaisia muutoksia (lainsäädäntö tms.) markkinoilla tulee olemaan? Millaiset kasvu näkymät yrityshankkeellasi on?

3. 3 Kilpailijat

Mitä paremmin tunnet kilpailijasi, sitä helpompi sinun on erottaa heistä ja markkinoida tuotetasi. Kilpailijoita kannattaa seurata jatkuvasti ja miettiä heidän toimenpiteitään asiakkaan näkökulmasta sekä kilpailijoiden omasta näkökulmasta.

Pohdittavia kysymyksiä:

- Ketkä ovat tärkeimmät kilpailijat? Nimeä vähintään 3 tärkeintä.
- Mitä tuotteita kilpailijasi tarjoavat?
- Miten kilpailijoidesi tuotteet eroavat tarjoamistasi?
- Mitkä ovat kilpailijoidesi vahvuudet ja heikkoudet?
- Minkä kilpailijat tekevät paremmin kuin sinä?
- Minkä sinä teet paremmin kuin kilpailijat?
- Millaista markkinointia kilpailijasi käyttävät? Miten kilpailijoiden markkinointi eroaa omastasi?

4 TOIMINTATAVAT JA VOIMAVARAT

Mieti tarkasti miten ja millä voimavaroilla aiot toimia. Oleellista on, että suunnitelmasi yrityksen toiminnasta vastaa asiakkaiden odotuksia.

4.1 Myynti ja markkinointi

Yrittäjän on muistettava, että markkinointia on kaikki se, minkä asiakas yrityksestä huomaa. Markkinointi sisältää henkilökohtaisen myynnin, myynninedistämisen ja mainonnan. On tärkeää pohtia, millä keinoin asiakkaan aikoo tavoittaa ja toisaalta erottautua kilpailijoista.

Pohdittavia kysymyksiä:

- Kuinka paljon aiot käyttää aikaa henkilökohtaiseen myyntityöhön? Mitä kustannuksia tästä aiheutuu?
- Millaiset myyntitaidot sinulla on (myynti- ja neuvottelutekniikoiden hallinta, vuorovaikutustaidot ym.)?
- Mitä myynninedistämisen keinoja aiot käyttää? Mitä kustannuksia niistä aiheutuu?
- Mitä mainonnan keinoja aiot käyttää? Mitä kustannuksia niistä aiheutuu?

4.2 Oma osaaminen

Yrittäjänä toimiminen perustuu osaamiseen, jonka avaintekijöitä ovat ammattitaito ja koulutus. Osaaminen voi olla lähtöisin myös harrastuksista tai jokapäiväisen toiminnan piiristä.

Pohdittavia kysymyksiä:

- Koulutus
- Kielitaito
- Työkokemus
- Onko sinulla erityistaitoja, tietoa tai osaamista, josta on hyötyä yrittäjänä?
- Mitkä ovat vahvuutesi ja heikkoutesi?
- Mitä osaamista on vielä kehitettävä? Miten?

4.3 Oma yritykseni

Tässä kappaleessa voit kuvailla, mitä tarvitset yritystoimintasi toteuttamiseen. Se sisältää toimitiloihin, tuotantovälineisiin, henkilökuntaan, alihankintaan, tavarantoimittajiin ja logistiikkaan liittyviä ratkaisuja. Näillä ratkaisuilla on vaikutusta mm. rahoituksen tarpeeseen ja yrityksen toimintavarmuuteen.

Pohdittavia kysymyksiä:

- Missä yrityksesi sijaitsee?
 - Millaiset toimitilat yrityksesi tarvitsee? Ota huomioon tuotannon, varastoinnin ja asiakaspalvelun vaatimukset.
 - Millaiset lastaus- ja purkumahdollisuudet ja pysäköintipaikat yrityksesi tarvitsee?
 - Millaisissa tiloissa ja missä kilpailijat toimivat?
 - Mitä tuotantovälineitä tarvitset? Paljonko ne maksavat? Tee konkreettinen lista kaikista niistä työkaluista ja -välineistä, joita tarvitset. Mitä jo olemassa olevia työkaluja voit ottaa yrityksesi käyttöön?
-

- Tarvitsetko henkilökuntaa? Millaista ja kuinka paljon? Arvioi myös, mitä kustannuksia tästä aiheutuisi.
- Tarvitsetko tavarantoimittajia? Miten toteutat käytännössä tavaranhaun?
- Tarvitsetko alihankkijoita? Jos niin, millaisia (mieti esim. omaa osaamistasi: mitä pitäisi hankkia/täydentää)?
- Piirrä lopuksi oman yrityksesi verkosto eli kaikki ne toimijat/tahot, joiden kanssa olet yritystoiminnassasi tekemisissä.

4.4 Kirjanpito ja talouden suunnittelu

Yrittäjä vastaa itse kirjanpidosta sekä taloudellisesta suunnittelusta. Kannattaa harkita miltä osin antaa näitä tehtäviä ulkopuolisten hoidettavaksi ja keskittyä itse ydinosaamiseensa.

Pohdittavia kysymyksiä:

- Miten hoidat yrityksesi kirjanpidon?
- Miten aiot suunnitella yrityksesi toimintaa ja kuinka seuraat toteutunutta?
- Kuka hoitaa yrityksesi tilinpäätöksen suunnittelun ja budjetoinnin?
- Miten aiot järjestää rahoituksen ja vakuudet?
- Millaisia vakuutuksia yrityksesi tarvitsee? Mitä kustannuksia niistä aiheutuu?

5 YRITYSKUVA ELI IMAGO

On tärkeää pohtia, millaisen mielikuvan yrityksestäsi haluat asiakkaillasi olevan, kun he kulevat yrityksesi nimen. Yrityskuvaan vaikuttaa kaikki se, minkä asiakas yrityksestäsi huomaa.

Pohdittavia kysymyksiä:

- Mitä tuotteeseen liittyvää mielikuvaa haluat viestittää?
 - Mitä toimintatapoja koskevia periaatteita haluat viestittää?
 - Mitä haluat kertoa työvaatteilla, sisustuksella, somistuksella ym.?
-

6 RAHOITUS

Yrittäjän on tarkkaan harkittava, mihin kohteisiin rahaa tarvitaan. Rahaa on varattava investointeihin eli koneiden, laitteiden ym. hankintaan sekä varsinaisen toiminnan pyörittämiseen (= käyttöpääoma), johon liittyviä menoja ovat mm. myytävien tuotteiden hankintamenot, vuokrat ja palkat.

Pohdittavia kysymyksiä:

- Mitä investointien aiheuttamia menoja sinulle tulee?
- Mitä varsinaiseen toiminnan pyörittämiseen liittyviä menoja sinulle tulee?
- Millaisen alkuvaraston tarvitset?
- Miten aiot yllä olevien hankintojen kustannukset rahoittaa?
- Aloitatko toiminnan heti täysillä vai pikkuhiljaa vaiheittain?

7 TOIMINNAN KANNATTAVUUS JA HINNOITTELU

Kannattavan toiminnan yksi perusedellytys on, että yrityksen tuotot ovat kuluja suuremmat. Kannattavuuslaskelma toimii myös hinnoittelun välineenä.

Pohdittavia kysymyksiä:

- Miten hinnoittelet tuotteesi?
- Mihin hinnoittelusi perustuu?
- Miten myynti jakaantuu eri tuotteiden kesken?
- Miten myynti jakaantuu eri asiakasryhmien kesken?
- Mitkä ovat toiminnan kustannukset?
- Millaista myyntivolyymiä tarvitaan, jotta tuotot ja kulut ovat yhtä suuret?

8 SWOT-ANALYYSI YRITYSHANKKEESTA

Viimeiseksi on hyvä suorittaa yhteenveto yrityshankkeestasi, jossa arvioit hankkeen vahvuudet ja heikkoudet sekä mahdollisuudet ja uhkatekijät. Tästä yhteenvedosta käytetään nimitystä SWOT-analyysi. Vahvuudet ja heikkoudet ovat hankkeesi sisäisiä tekijöitä, joita arvioidaan suhteessa kilpailijoihin. Mahdollisuudet ja uhkatekijät ovat puolestaan toimintaympäristössä ja tulevaisuudessa tapahtuvia tekijöitä.

9 YRITTÄJÄEHDOKKAAN ITSEARVIOINTI JA LISÄTIEDOT

Tässä kohdassa sinun tulee täyttää itsearviointi koskien yrityshankettasi, sekä esittää lukumääräinen arvio liikevaihdostasi ja toimeentulon aikaviiveestäsi. Toimeentulon aikaviiveellä tarkoitetaan sitä aikaa, joka yritystoiminnan aloittamisesta kuluu siihen kunnes yrittäjä saa toimeentulonsa yritystoiminnasta.

Halutessasi voit vielä loppuun kirjata lisätietoja koskien omaa yritystoimintaasi.

ONNEA UUELLE YRITTÄJÄLLE!
