

Distributionsform

- E-mail
- Papir
- Brevfletning

E-mail

utj@vfl.dk

Udvikling af forretningsplan

Hvad er en forretningsplan? - En forretningsplan er en drejebog for hvordan et givet forretningsområde skal sættes i drift.

Hvad er formålet med en forretningsplan? - Formålet med en forretningsplan er, at tilvejebringe beslutningsgrundlaget og en strategisk manual vedrørende f.eks. drift af et produkt eller etablering af et nyt forretningsområde.

Hvad gør du? - Ved at besvare spørgsmålene, start med at klikke næste på pilen i højre hjørne, kommer du igennem alle vigtige elementer i en forretningsplan for en forretning/produkt af din type. Det er muligt at klikke frem og tilbage i besvarelsene.

Hvad sker der med besvarelsen? - Besvarelsen resulterer i en forretningsplan for din virksomhed. Forretningsplanen kan efterfølgende rekvireres ved kontakt til Bo Overgaard (boo@vfl.dk).

Kontaktoplysninger

Navn	utj
E-mail	utj@vfl.dk
Telefon	2171774?

Hvilken målgruppe er forretningsplanen til

- Forretning/produkt drevet af intern afdeling på Vfl
- Etablering af forretning/produkt udskilt som et selvstændigt selskab af Vfl

Indsatsområder

Du kan herunder vælge hvilket indsatsområde i forretningsplanen du vil fokusere på. Indsatsområderne er listet herunder – klik på dem du vil arbejde med. For en hel forretningsplan skal du igennem alle indsatsområderne. Du vil opleve at du kan genbruge tekst og tal fra business casen i forretningsplanen.

- Strategisk fokus - omhandler hvordan forretningen/produkt relatere sig til investorenes langsigtede interesser.
- Marked, kunder og konkurrenter - omhandler hvem målgruppen for forretningen/produktet er, samt hvem der servicer deres behov i dag.
- Produkt og ydelser - er en beskrivelse af hvad der skal driftes.

- Organisation og drift - er en beskrivelse af organisationen samt handlingsplaner for driften af forretningen/produktet.
- Salg og markedsføring - omhandler hvordan og af hvem forretningen/produktet skal sælges.
- Forretningsmodellen - omhandler den økonomiske del af driften med budgetter.

Hvilken kategori tilhører forretningen/produktet?

- IT
- Fysisk produkt
- Rådgiving
- Service

Begrænsninger/barrierer

Er der barrierer, der afholder os fra at gå igang? Markeds adgang? Interne forhindringer? Lovgivning/regler? Hvilke problemer kan vi eventuelt støde ind i?

Barrierer omkring teknologien om automatisk dataindsamling

Beskrivelse af interessenter

Hvem har interesse i forretningen/produktet og hvordan påvirkes de forskellige interessenter af forretningen/produktet?

1. Mælkeproducenter , kunne optimere deres produktion
2. DLBR kvægcentre, rådgivningsydelse + mere salg af andre rådgivningsydelser

Hvilken indflydelse har interessenterne på forretningen/produktet og hvor involveret er interessenterne i forretningens/produktets proces?

1. Ydelsen er tilpasset den enkelte kunde indenfor et koncept. Følgegrupper vil blive etableret
2. Løbende afprøvning og produkttilpasning

Samarbejdspartnere, relationer og aftaler

Hvilke virksomheder/samarbejdspartnere har kompetencer og kvaliteter, som vi kan bruge til forretningen/projektet? På hvilken måde bidrager de forskellige samarbejdspartnere?

Alexandre instituttet (og DLBR centrene)

Kan man drage nytte af allerede eksisterende relationer?

Ja, Galileo

Konkurrenter

Hvilke konkurrenter findes der allerede nu på det marked, vi vil ind på?

Bovisoft, Brugerdata laver tidsregistrering via PDA med manuel indtastning.
Letfarm arbejder med GPS.

På hvilken måde kan vi skille os ud forhold til konkurrenterne?

Vi vil levere dataene automatiske via RFID

De 4 parametre nedenfor, synliggør eventuelle muligheder for at differentiere sig i forhold til konkurrenterne. Beskriv hvordan parametrene er med til at differentiere forretningen/produktet.

Pris

Produkt

Bedre produkt (automatisk inendørs + analyse med)

Reklamer og branding Stort netværk (DLBR)

Distributionskanaler Stort netværk (DLBR)

Beskrivelse af kerneressourcer

Hvilke ressourcer er altafgørende for forretningen/produktet? F.eks. medarbejderne, et materiale, kunderne, distributionskanalen, ens leverandører? Punktet er berørt i business casen.

IT setup'et er afgørende (udpegning af de fleste arbejdsgange) samt DLBR centerne ser en forretning

Hvordan er det muligt at skabe en unikhed i forhold til konkurrenterne? (Hvordan er produktet unikt for kunderne i forhold til konkurrenternes?)

se forgående 2 spg

Hvad er kerneaktiviteten?

Hvad er det vigtigste forretningen/produktet leverer?

Rapport omkring tidsforbrug på bedriften med tidsforbrug pr medarbejder pr opgave samt handlingsanvisninger

EFU-modellen

Egenskaber - Hvad tilbyder forretningen/produktet

Tidsforbrug pr medarbejder pr opgave

Fordele - Hvilke fordele giver forretningen/produktet kunden

Letanvendeligt værktøj der giver overblik på et solidt datagrundlag

Udbytte - Hvilken personlig nytte får kunden fra forretningen/produktet

Grundlag for at lave handlinger og ændringer, Benchmarking internt bedriften og eksternt

Hvem er kunderne til forretningen/produktet?

Landmænd

DLBR-virksomheder

Andre _____

Beskrivelse af kernekunder i målgruppen landmænd (antal, størrelse, type,...)

Større landbrug med minimum 200 køer

Hvilke eksisterende løsninger er der for landmændene?

Brugerdata, markonline, letfarm, skema fra studielandbrug

Markedsføring

Hvilke marketingstiltag er foretaget? Hvordan skal forretningen/produktet markedsføres? Hvordan kan vi lede størst mulig opmærksom hen til forretningen/produktet? Tænk på de fortløbende analyser omkring konkurrenter og kunder. Klik [her](#) for inspiration.

ingen

Salg og distribution

Hvordan skal vi sælge forretningen/produktet?

1. Landmanden køber ydelsen hos DLBR center
2. Centret køber en pakke med KIT, skabelon til rapporten, introguide og hotline samt intro kursus) De betaler et overhead pr solgt benchmarking/KIT. Salgsmodel skal fastlægges
3. VFL står for driften af benchmarkingsværktøjet samt nye opdateringer

Hardware: 7500 kr

IT (20 tags a 200 kr samt SmartTLF 3500 samt RFID læser)

Drift: VFL

Hvem er ansvarlig for salg?

DLBR centrene overfor landmanden
VFL, Kvæg over for centrene

Budgetter

Budgetter hjælper til med at kunne vurdere, hvad der er realistisk i forhold til forretningsplanen. Hvis budgetterne ikke hænger sammen, danner dette grundlag for ændring af forretningsplanen.

Der opstilles 3 budgetter: Investeringsbudgettet, driftsbudgettet og likviditetsbudgettet.

Investeringsbudget

Opgørelse af kapitalbehov, der er nødvendig for etablering af forretningen/produktet.

Opstil investeringsbudget [her](#)

Overfør nøgletallene fra investeringsbudgettet.

Udgifter i alt

491000

Omkostningsstruktur

Hvordan er omkostningerne fordelt på de forskellige poster? Tallene bliver udregnet i investeringsbudgettet.

	i kr.	i procent (%)
Lokaleomkostninger	_____	_____
Produktionsomkostninger	<u>7500</u>	<u>2</u>
Kontor/inventar	_____	_____
Vareindkøb	_____	_____
Bil	_____	_____
Rådgivning	<u>300000</u>	<u>62</u>
Markedsføring	_____	_____
Andre udgifter	<u>174000</u>	<u>36</u>

Kapitalbehov

Beskrivelse af overvejelser omkring hvor meget kapital der kræves for, at det er muligt opstarte forretningen/produktet? Hvorfor er det nødvendigt med disse foranstaltninger?

500000

Return Of Investment (ROI)

Nøgletal der angiver udbyttet af en investering. ROI udregnes i driftsbudgettet.

Driftsbudget

Opgørelse over hvilke indtægter og udgifter forretningen/produktet afholder.

Opstil driftsbudgettet [her](#)

Overfør nøgletallene fra driftsbudgettet.

Indtægter i alt	_____
Variable omkostninger i alt	_____
Dækningsbidrag	_____
Faste omkostninger i alt	_____
Renter i alt	_____
Afskrivninger i alt	_____
Nettooverskud	<u>-52000</u>

Likviditetsbudget

Opstil det budget der opgør de likvide midler, der er tilgængelige for forretningen/produktet.

Opstil likviditetsbudget [her](#)

Angiv nøgletallene fra likviditetsbudgettet:

Livide midler primo	_____
Indbetalinger i alt	_____
Udbetalinger i alt	_____
Ændring	_____
Likvide midler ultimo	_____

Skal forretningsområdets opstart og eventuelle drift finansieres af...

- Videncentret for Landbrug
- Videncentret for Landbrug + partnere
- Videncentret for Landbrug + eksterne investorer
- Eksterne investorer

Finansiering

Hvilke investorer er med til at finansiere forretningen/produktet? Hvorfor er disse valgt?

- vi trætte

Hvor meget bidrager den enkelte investor med?

Investor	Kroner investeret
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

Hvilken indflydelse får den enkelte investor på forretningen/produktet?

Økonomisk udvikling - prognose

Beskriv den økonomiske udvikling omgivelserne forventes af gennemgå. Klik [her](#) for at lave en økonomisk forecast af scenariernes betydning. Angiv derudover nøgletallene.

Det forventede scenarie

Nøgletal for det forventede scenarie

Forventet markedsandel _____

Forventet omsætning _____

Forventet omkostninger _____

Forventet vækst i omsætning _____

Det bedst tænkelige scenarie

Nøgletal for det bedst tænkelige scenarie

Forventet markedsandel _____

Forventet omsætning _____

Forventet omkostninger _____

Forventet vækst i omsætning _____

Det værst tænkelige scenarie

Nøgletal for det værst tænkelige scenarie

Forventet markedsandel _____

Forventet omsætning _____

Forventet omkostninger _____

Forventet vækst i omsætning _____

Implementering

Beskrivelse af den overordnede implementering af forretningen/produktet på markedet. Hvilke aktører er vigtige i implementeringsfasen?

Handlingsplaner-aktivitetsplaner

Udfyld den mere konkrete handlings/aktivitetsplanen [her](#).

Hvordan vil man opretholde forretnings/produktets værdi for kunden, dvs. hvad skal der gøres om 1 år, 3 år og 5 år?

Andet

Du får fat i den færdige forretningsplan ved at kontakte Bo Overgaard (boo@vfl.dk). Forretningsudvikling kan tilbyde råd og vejledning i forbindelse med udviklingen af forretningsplanen.

[Find Forretningsudvikling her](#)