

# Markedsgaard

# Tradition for kvalitet i Din Gårdhave



## **Indhold**

### **Indledning**

### **Forretningsgrundlag**

### **Målsætning (økonomisk) og hvilke forretningsområder der arbejdes med**

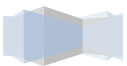
### **Branding og markedsføringsstrategi**

- 1. Friske konsumprodukter friland**
- 2. Planteavl**
- 3. Stutteri**
- 4. Skovbrug**
- 5. Jagt**
- 6. Udlejning**
- 7. Administration**

### **Personale**

### **Budgetter**

### **Detaljer om tidsplan for det initiativ der udvikles**



## Forord

## Initiativ

## Baggrund

Kort redegørelse af hvorfor initiativet er igangsat

## Ressource

Personer

Økonomi

Tidsplan



### **Forretningsgrundlag:**

En redegørelse, der som udgangspunkt virker "lidt langhåret"; men den danner grundlag for en del relationer, der i endelig version gør kommunikation til kunder og interessenter lettere og sammenhængende. Nyeste megatrends indenfor etik og mål for virksomhedsdrift indbygges som grundlæggende elementer, CSR (Corporate Social Responsibility)

### **Vision**

### **Mission**

### **Værdigrundlag**

Tanker om grøntsags dyrkning på Markedsgaard. v/lederen:

- At blive kendt for stedet i Nordsjælland hvor man kan købe friske jordbær, ærter og kartofler igennem sommer periode.
- At lave aftaler med lokale supermarkeder om at aftage evt. over produktion
- At udvide produktionen i takt med salget
- At etablerer udsalgs steder i sommer landet (Skagen, Aalbæk, ect.)
- At udvide sortimentet hvis der er behov for det (evt. søde majs)



### **Målsætning**

Hvilke resultater ønskes for den samlede virksomhed om 3 år

### **Forretningsområder og tiltag**

De store linjer for hvert forretningsområdes aktivitet og indhold

### **Økonomiske delresultater**

Kort redegørelse for den samlede økonomiske ambition samt delresultater for hvert forretningsområde det 3. år.

### **Screening af produktmuligheder for de enkelte forretningsområder**

Der udarbejdes en model for forkalkulation af de produkter, der skal indgå i et eller flere forretningsområder.

Denne model skal fungere som en art kvik fix, der kan koncentrere udviklingsindsatsen der, hvor der findes størst sandsynlighed for en økonomisk holdbar succes.

**Markedsføring** Her noteres forretningsområderne Ganske kort og overvejelser om strategi for markedsføringen bygges op i et samlet virksomhedsperspektiv. Kan evt. vises i en tabelmatrix

	Corporate	Subbrand	Private lable	Bulk
Ejerskab	+	+/-	-	+
1. Grønsager	√	√	√	√
2. Planteavl		√	√	√
3. Stutteri				√
4. Skovbrug	√	√		√
5. Jagt	√	√		
6. Udleje	√	√		√
7. Adm.			√	√

### Branding

**Corporate Branding**

**Subbranding**

**Private label**

**Bulk**

### Kommunikation

**Emballage**

**Annoncering**

**Internet**

**Interessenter**

### Salg

**Personligt salg**

**Internet**

**Varedisponenter**

**agenter**

# Markedsgaard

Udkast til forretningsplan

---



### 1. Friske konsumprodukter friland

**Markedet** Det eksisterede og udviklingsmulighed

#### **Salg**

**BtC** Branding eller private label

**BtB** Ambition for markedsområde markedssegmentering

**Logistik** Redegørelse for hvor langt logistikken rækker frem i værdikæden for hvert enkelt kundesegment

**Produkter** Eksisterende og nye produkter samt emballager tilpasset kundesegmenterne.

Produktpaletten gøres til genstand for kritisk gennemgang.

**Produktion** Arealer, maskineri, teknologier

**Personale** Antal og færdigheder

**Råvarer** Forsyningskæde gennemgås for muligheder og begrænsninger

#### **tiltag og delbudget 3 år**

De enkelte tiltag/initiativer opremses i punktform

Dækningsbidragsbudget før faste omkostninger



### 2. Planteavl

<b>Markedet</b>	Det eksisterede og udviklingsmulighed
<b>Salg</b>	
<b>BtC</b>	Branding eller private label
<b>BtB</b>	Ambition for markedsområde markedssegmentering
<b>Logistik</b>	Redegørelse for hvor langt logistikken rækker frem i værdikæden for hvert enkelt kundesegment
<b>Produkter</b>	Eksisterende og nye produkter samt emballager tilpasset kundesegmenterne
<b>Produktion</b>	Arealer, maskineri, teknologier
<b>Personale</b>	Antal og færdigheder
<b>Råvarer</b>	Forsyningskæde gennemgås for muligheder og begrænsninger

#### tiltag og delbudget 3 år

De enkelte tiltag/initiativer opremses i punktform  
Dækningsbidragsbudget før faste omkostninger

### 3. Stutteri

**Markedet** Det eksisterede og udviklingsmulighed

#### **Salg**

**BtC** Ambition for markedsområde

#### **Logistik**

**Produkter** Eksisterende og nye produkter samt emballager tilpasset kundesegmenterne

#### **Produktion**

**Personale** Antal og færdigheder

#### **Råvarer**

#### **tiltag og delbudget 3 år**

De enkelte tiltag/initiativer opremses i punktform

Dækningsbidragsbudget før faste omkostninger

### 4. Skovbrug

<b>Markedet</b>	Det eksisterede og udviklingsmulighed
<b>Salg</b>	
<b>BtC</b>	Branding eller private label
<b>BtB</b>	Ambition for markedsområde markedssegmentering
<b>Logistik</b>	Redegørelse for hvor langt logistikken rækker frem i værdikæden for hvert enkelt kundesegment
<b>Produkter</b>	Eksisterende og nye produkter samt emballager tilpasset kundesegmenterne
<b>Produktion</b>	Arealer, maskineri, teknologier
<b>Personale</b>	Antal og færdigheder
<b>Råvarer</b>	Forsyningskæde gennemgås for muligheder og begrænsninger

#### tiltag og delbudget 3 år

De enkelte tiltag/initiativer opremses i punktform  
Dækningsbidragsbudget før faste omkostninger

## 5. Jagt

**Markedet** Det eksisterede og udviklingsmulighed

### Salg

**BtC** Branding eller private label

**BtB** Ambition for markedsområde markedssegmentering, outsourcing

**Logistik** Overnatning og transport

**Produkter** Eksisterende og nye produkter. Accessories.

**Produktion** Arealer, maskineri, teknologier

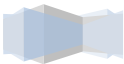
**Personale** Antal og færdigheder

**Råvarer** Forsyningskæde gennemgås. Leje flere arealer

### tiltag og delbudget 3 år

De enkelte tiltag/initiativer opremses i punktform

Dækningsbidragsbudget før faste omkostninger



## 6. Udlejning

**Markedet** Det eksisterede og udviklingsmulighed

### Salg

**BtC** Branding eller private label

**BtB** Kunde og markedssegmentering (Er der erhvervsudlejning?)

**Produkter** Eksisterende og nye bygninger og jordparceller

**Produktion** Vedligeholdelse, maskineri, teknologier

**Personale** Antal og færdigheder

**Råvarer** Subcontractor eller rammeaftaler med leverandører

### tiltag og delbudget 3 år

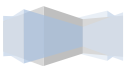
De enkelte tiltag/initiativer opremses i punktform

Dækningsbrudragsbudget før faste omkostninger



## 7. Administration

<b>Markedet</b>	Det eksisterede og udviklingsmulighed
<b>Salg</b>	Insourcing/outsourcing
<b>BtB</b>	Ambition for markedsområde og kundesegmentering
<b>Logistik</b>	Redegørelse for logistikken – fysisk og via internet.
<b>Produkter</b>	Eksisterende og nye ydelser til de valgte kundesegmenter
<b>Produktion</b>	IT udstyr, teknologier og ekspertiser.
<b>Personale</b>	Antal og færdigheder
<b>Tiltag og delbudget 3 år</b>	De enkelte tiltag/initiativer opremses i punktform Dækningsbidragsbudget før faste omkostninger



# Markedsgaard

Udkast til forretningsplan

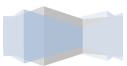
---

**Personale** På grundlag af detaljplaner i de enkelte forretningsområder udarbejdes en bemandingsplan samt en plan for personaleområder der skal outsources.

## Organisation

**Matrix:**    **ansvarsområder**  
                  **forretningsområder**

## Medarbejderudvikling



## Økonomi ved de strategiske tiltag

### 3 års budget for det enkelte forretningsområde

#### Overhead

**Branding**

**Personale**

**Faste omkostninger** Ikke henførbare

**Investering**

**Finansiering**

#### Likviditets flow





# Markedsgaard

Udkast til forretningsplan

---

## Hanlingsplan

På grundlag af budgetterne og likviditets flow opstilles initiativerne på en tidsakse.

De initiativer der giver størst økonomisk afkast, med mindst kapital og risiko involveret prioriteres først.

## (Nye forretningsområder – Spin Off)

