



# Forretningsplan BedBuds UB 2016/17



BedBuds UB  
Org. Nr: 41279157  
ewhwright@gmail.com  
Greveskogen videregående skole  
Lærer og mentor: Linda Therese Solheim  
Daglig leder: Elias William Harvik-Wright

## Innhold

Sammendrag: .....	2
Forretningsideen .....	2
Mål: .....	3
Produktbeskrivelse og skisse: .....	3
Situasjonsanalyse .....	4
Fremtidsplan .....	6
Markedsundersøkelse .....	6
Markedsplan: .....	7
Personal: .....	9

### Sammendrag:

**Bedbuds UB er en ungdomsbedrift fra “Entreprenørskap og bedriftsutvikling” på Greveskogen videregående skole. Vi har planlagt en ungdomsbedrift lenge, og brukt lang tid på å finne et behov for et produkt. Produktet vårt, BudPins er et produkt som består av to deler, en del med nål på, og en uten. Den ene delen stikkes gjennom dyna inni dynetrekket og fester seg i den andre delen, for at dyna skal holde seg på plass i dynetrekket og ikke krølle seg. For å få de to delene fra hverandre igjen bruker man en spesiell magnet. Vi skal markedsføre oss, og nå ut til kundene på messer og en nettside vi lager.**

### Forretningsideen

Behovet vi skal dekke med vårt produkt er behovet for en god og varm natts søvn. Kundene våre tenker vi blir folk som opplever problemet med krøllet dyne, og evt. mødre som kjøper produktet til barna deres og dem selv. Alt i alt kan man si det er et slags «familieprodukt». Produktet vårt, som vi har valgt å kalle BudPins, dekker kundenes behov ved å feste disse «pinsene» til hver side av dynen.

Det finnes ikke fra før, og er en kreativ måte å forhindre et irriterende problem.

**Visjon:** «Hver natt, en god natt»

**Forretningsidé:** «Vi tilbyr deg en god natt søvn uten irriterende problemer med krøllet dyne i dynetrekk.»

## Mål:

Vi har satt opp en oversikt over ulike mål vi ønsker å oppfylle, i arbeidet med ungdomsbedriften, Bedbuds UB. Målene vi har satt oss har vi satt fordi vi mener vi kan oppfylle dem og at de skaper motivasjon slik at vi ikke mister motet selv på en dårlig dag. Med disse målene har vi noe å se etter i fremtiden og noe vi kan strekke oss etter. Målene vi har satt opp går som følger:

**Salgsmål:** Vi skal selge minst 40 antall produkter i løpet av neste skoleår.

**Lønnsomhetsmål:** I løpet av det neste skoleåret vil vi ha et salgsoverskudd på 3000kr.

**Konkurranssmål:** Vårt mål er å vinne beste reklamefilm på skolemessa, og beste reklamefilm og nettside på fylkesmessa, som også gjør at vi når helt til NM.

**Sosiale mål:** Få gode tilbakemeldinger på vårt produkt. Vite at alle trives og har det bra på jobb.

**Organisasjonsmål:** Hver uke gjennomgå hvilke jobber hver av oss har, slik at alle har en viss oversikt om hva som foregår. Og om hva som skal gjøres fremover.

## Produktbeskrivelse og skisse:

BudPins er et produkt som består av to deler, en del med nål på, og en uten. Den ene delen stikkes gjennom dyna inni dynetrekket og fester seg i den andre delen, for at dyna skal holde seg på plass i dynetrekket og ikke krølle seg. For å få de to delene fra hverandre igjen bruker man en spesiell magnet.

Behovet vi ønsker å dekke er for folk som sliter eller plages med krøllet dyne i dynetrekk. Og det til disse menneskene som sliter med dette problemet vi ønsker å selge produktet vårt til. Folk burde velge



vårt produkt fordi da unngår du å stå opp midt på natten iskald, for så å måtte reise deg opp fra sengen og måtte riste dynen. Ut ifra dette har vi formulert følgende forretningside: vi tilbyr en praktisk nål som hjelper deg med å holde dynen på plass slik at du får sove bedre om kvelden. Vi er allerede i gang med å kontakte IKEA i håp om at de ønsker å samarbeide med oss.

## Situasjonsanalyse

**Personalet:** Personalet vårt består av fem personer. Vi har lite tid til å jobbe med produktet, siden vi for det meste bare jobber med det på skolen. Vi har heller ikke noe erfaring med å drive en bedrift.

**Ledelsen:** Vår daglige leder er Elias Wright er en god leder som har god styr på bedriften. Han har tidligere ledererfaring som basketballtrener for TNT Towers. Men selv om vår daglige leder har tidligere ledererfaring som trener, så har han ikke noe erfaring fra å drive en bedrift.

**Markedet:** Det kan være at det er få som vil ha produktet, fordi det kanskje er litt unødvendig. At det ikke er noe marked for produktet, men det vet vi ikke før vi har prøvd.

**Kunder:** Vi har valgt å rette produktet vårt både mot foreldre som kan kjøpe det til barna sine, fordi barna ikke klarer å rette opp dyna inni dynetrekket når det krøller seg. Vi har kanskje tenkt til å selge produktet til sykehjem, som kan bruke det på sengene til pasientene.

**Konkurrenter:** Vi har ikke veldig mange konkurrenter og ingen på det norske markedet. Men det blir solgt ihvertfall ett produkt som er ligner litt på vårt produkt på amazon. Men dette produktet er veldig lite kjent, og siden vi for det meste kommer til å selge på det norske markedet regner vi ikke dette som en veldig stor konkurrent.

**Produkt:** Produktet er innovativt, og finnes ikke så mye av dette fra før av. I hvert fall ikke noe i norske markedet. Vi skal prøve å få et samarbeid med Ikea, så de kan selge det, og kanskje produsere produktet.

**Økonomien:** Hvis vi får solgt få andeler og ikke får noen sponsorer så kommer vi til å få dårlig økonomi, og økonomien blir en av våre svake sider. Det vil den kanskje være uansett siden det er lite sannsynlig at vi får solgt veldig mange andeler, eller at vi får noen sponsoravtaler som gir oss mye penger.

**Leverandør/produsent:** Noen mulige leverandører og produsenter kunne vært Ikea eller Jysk. Vi har prøvd å komme i kontakt med dem, og flere andre men mange svarer ikke, og Ikea produser bare egne produkter, og ikke produkter fra andre produktutviklere.

**Pris:** Hvert produkt blir solgt for 175 per enhet. Hver enhet inneholder 8 budpins, som holder til to dyner.

Distribusjon:

Interne arbeidsbetingelser	Eksterne arbeidsbetingelser
<p>Svake sider:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Lite tid</li> <li>· Lite Erfaring</li> <li>· Dårlig økonomi (Hvis vi får solgt få andeler, og ikke sponsorer)</li> </ul> <p>Sterke sider:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Ronny har markedsføring</li> <li>· Reklame + nettside</li> <li>· Innovativt produkt</li> </ul>	<p>Trusler:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Det kan være dårlig marked for produktet</li> </ul> <p>Muligheter:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Sponsorer</li> <li>· Samarbeid med Ikea</li> <li>· Få konkurrenter</li> </ul>

Kapitalbehov		Finansiering	
Varer eller produksjonskostnader	kr 4 000	Andelssalg	kr 1 000
Kostander til nettleie, domene el.l	kr 0	Spnsormidler eller gaver	kr 500
Utstyr til messer eller annet utstyr	kr 1 000	Andre finansieringskilder	kr 0
Andre utgifter	kr 500		
<b>Totalt utgifter</b>	<b>kr 5 500</b>	<b>Sum finansiering</b>	<b>kr 1 500</b>

Resultatbudsjett	
<b>Inntekter</b>	
Salg av varer eller tjenester	kr 7 000
Reklameinntekter (app/nettside)	kr 0
Andre inntekter	kr 0
<b>Sum inntekter</b>	<b>kr 7 000</b>
<b>Variable kostnader</b>	
Kostander til produksjon	kr 4 000
Innkjøp av varer til videresalg	kr 0
<b>Sum variable kostnader</b>	<b>kr 4 000</b>
<b>Dekningsbidrag</b>	<b>kr 4 500</b>
<b>Andre kostnader</b>	
Tilbakebetaling av dekningsbidrag	kr 4 500
Kontormateriell	kr 0
Reklamemateriell	kr 0
Utstyr til stand	kr 1 000
Diverse andre kostnader	kr 0
<b>Sum andre kostnader</b>	<b>kr 5 500</b>
<b>Resultat</b>	<b>kr 2 000</b>

## Fremtidsplan

Vi ønsker å vinne beste reklame for produktet vårt og beste nettside på de oppkommende messene. Deretter ønsker vi å finne en solid produsent til produktet vårt, samt med en mentor og investorer som kan være en del av produktet vårt.

## Markedsundersøkelse

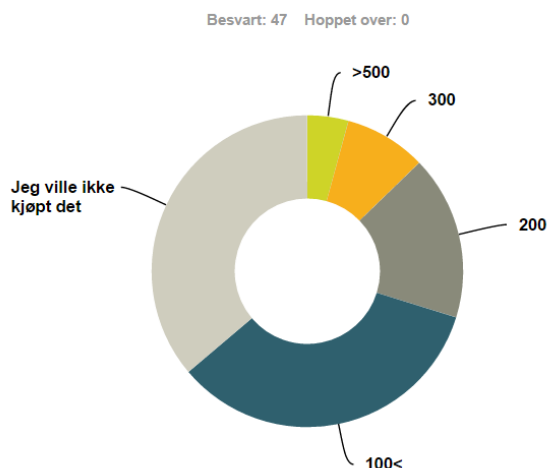
Vi lagde en markedsundersøkelse på nett for å undersøke markedet vårt. Vi delte den på facebook, og derfor var det flest på vår alder som tok den.

Vi fant ut at til sammen ville 64% ha kjøpt produktet, 53% av dem kunne betalt 100 kr, mens 27% kunne betalt 200 kr, 13% kunne betalt 300 kr, og 7% kunne betalt 500 kr.

Alle de som hadde barn som svarte på undersøkelsen ville kjøpt produktet, så det passer til markedet vi har definert.

Blant de som var under 20 år ville 55% kjøpt det, blant de fra 20-39 ville 50% kjøpt det, det var bare noen få eldre enn det som svarte på undersøkelsen.

### Hvor mye kunne du betalt for produktet?



## Markedsplan:

### Markeds mål:

Målet vårt er å selge 8 produkter innen mai 2017.

### Markedsstrategi:

**Pris:** Med tanke på at prisen som settes på produktet vårt må det dekke alle kostnader, samt at prisen må være på et punkt hvor kundene faktisk ønsker å kjøpe produktet vårt. Jeg mener at kostnadsbasert prissetting er den riktige prissetting for vårt produkt, altså at vi summerer kostandene det tar ved å produsere produktet. Påslagsmetoden mener jeg passer vår bedrift da den dekker absolutt kostnad og gir en rimelig fortjeneste.

### Eksempel

Salgspris = Innkjøpspris\*Påslagsfaktor

La oss si at innkjøpsprisen vår er 300kr og påslagsfaktoren vår 3

Da blir salgsprisen = 300kr \* 3 = 900kr

Etter at vi i Bedbuds tok en markedsundersøkelse og vi fikk respons om at folk ville betale mellom 100-200kr for produktet vårt. Vi velger at å selge den for 150kr og legger kanskje påslagsfaktorene på 2.

**Produkt:** Med tanke på at det ikke finnes forskjellige typer/merker av BudPins er det ingen sortiments dybde på produktet vårt. Det er altså kun et merke og det er Bedbuds og kun et produkt som er BudPins. Sortimentsdybden og bredden er altså ikke særlig stor.

**Plass:** Vårt produkt mener jeg burde ha indirekte distribusjon da produktet vårt i fremtiden skal selges via butikk. Butikkene vi ønsker skal selge produktet vårt er Princess, IKEA, Bohus, Home&Cottage og andre møbel/interiør butikker. Vi sikter etter disse butikkene fordi det er vanligvis her mødre handler. Siden det alltid vil være ett eller flere mellom legg mellom produsenten og sluttbrukeren er det indirekte distribusjon vi forholder oss til.

**Påvirkning:** Vi kan bruke Personlig kommunikasjon da produktet vårt er et produkt som må forklarer med instruks. Dersom økonomien går bra kan vi evt. Lage og sende reklame. Ved messene vil vi benytte personlig kommunikasjon, ved å både lytte til kjøperne og fortelle dem hvorfor de burde kjøpe produktet vårt.

**Personalet:** Vi kan gjennom personalet skape et godt rykte om bedriften vår. I starten vil vi komme i kontakt med kjøperne, da vi må stå frem og vise hvem vi er og hva vi ønsker å selge, dette vil da bli på de ulike messene. Dersom alt går bra og vi får en produsent, investorer og et samarbeid med for eksempel, IKEA, Princess, Bolia.com, eller Home&Cottage som kan selge produktet vårt vil vi etter hvert få mindre kontakt med kundene våre. Vi kan gjennom personalet selge pakker på messene slik at vi oppfyller markedsmålene.



## Personal:



**Elias:** er daglig leder fordi han er ansvarsfull og flink til å prate. Han liker å ha orden på ting og å ta ansvar. Vi alle syntes han virket som en veldig bra daglig leder. Hans jobb som daglig leder er at han har ansvaret for den daglige ledelsen i bedriften, og er den øverste ansvarlige personen i bedrifter. Elias har tidligere vært basketball Coach og har selv spilt i 7 år.



**Aina:** er produksjef siden hun er grafisk flink, kreativ, og vet hvordan en god reklame og logo ser ut. Hun var også den som kom på produktet. Hennes jobb som produksjef er å lage en skisse av produktet og å få det til verden. Hun har også ansvaret for bedriftens produkt, det vil si at hun skal sørge for at vårt produkt skiller seg ut fra andres og at vårt produkt tilbyr noe ingen andre varer gjør. Aina har vært turn instruktør 2 år.



**Ronny:** er økonomisjef siden han er flink med tall. Han liker og holde både sin egen og vår økonomi ryddig. Han er alltid positiv og har markedsføring som valgfag også. Som økonomisjef har han et overordnet ansvar for økonomiske spørsmål i bedriften. Han har også ansvar for all regnskap, budsjett og kontroll på investeringer og utgifter i bedriften. Ronny spiller golf og spilt i 2 år.



**Ingeborg:** er personalansvarlig siden hun liker å holde oppe humøret i gruppa og å spre glede. Hun passer også på at vi ikke tuller for mye og holder oss for det meste til planen. Hennes jobb som Personalansvarlig er å holde humøret oppe i gruppa, kanskje lage en kake om det skjer noe bra og hjelpe til med det som trengs. Ingeborg har vært turn instruktør i 1 år.



**Tobias:** er markedsansvarlig fordi han er flink til å analysere markedet. Hans jobb som markedsansvarlig er å se hva som finnes av konkurrenter, hvilke andre produkter som finnes og hvor vårt produkt passer inn. Han har også ansvar for å utvikle markedsplaner. Tobias er syklist og har vært det i 7 år.