

Marknadsplan

I marknadsplanen fördjupar du mycket av det du har skrivit i din affärsplan. Om en affärsplan främst riktar sig till människor utanför ditt företag som du vill ha hjälp av, som banken eller olika myndigheter, är marknadsplanen någonting som du tar fram för din egen skull. Här går du mer in i detalj på hur du ska nå dina kunder. Här redogör du också för hur du ska få fler kunder att köpa av företaget – och såklart behålla de du redan har.

Hur ska du nå dina kunder? Börja med vilka behov hos din kund du tillfredsställer. Hur många kan du nå och på vilket sätt ska du kommunicera med din kund?

Vad har ditt företag för affärsidé?

I din affärsplan har du redan skrivit ned en massa bra saker om din produkt, vem din kund är och varför dina kunder ska köpa just din produkt. Allt det där kan du kopiera över hit till marknadsplanen. Nu är det dags att ta resonemanget vidare!

Försök att fundera vilket eller vilka behov hos kunden som du tillfredsställer med din produkt. Kanske är det så att du har helt andra konkurrenter än vad du först trodde?

Vilken är din marknad?

Vad säljer du?

Vem köper det du säljer?

Varför köper kunderna din produkt?

Hur ska du behålla de kunder du redan har?

Var kan man köpa din produkt?

Tänk så här:

a) Du gör en handske som någon köper för att arbeta i trädgården. Den som köper handsken vill inte bli smutsig under trädgårdsarbetet. Vill man ha en sådan handske går man till en arbetsklädesbutik eller kanske en större blomsterhandel, en plantskola. Din produkt befinner sig alltså på arbetsklädesmarknaden

b) Du gör en handske som någon köper för att vara fin i staden. Den som köper handsken vill känna sig vacker. Vill man ha en sådan handske går man till en modebutik. Din produkt befinner sig alltså på modemarknaden.

Beskriv hur det ser ut på din marknad just nu. Vilka vill du helst sälja till och varför? Vilka är dina kunder?

Tänk så här:

Är personalen i butiken som säljer dina handskar dina kunder? Eller är det de distributörer som i sin tur säljer vidare till butikerna, dina kunder? I Komma igång i 12 steg, punkt 9 kan du fördjupa dig i just dessa saker för att kunna besvara denna fråga bättre.

Vilka produkter säljer bäst på den här marknaden och varför säljer de så bra?

Tänk så här:

Är det några produkter som säljer för att de är av god kvalitet? Eller är det på grund av priset?

Hur stor är totalmarknaden för produkten?

Tänk så här:

Försök räkna ut hur mycket pengar som läggs på din typ av produkt varje år. Alltså vad du och dina konkurrenter sammantaget har för intäkter varje år.

Hur stor del av den totala marknaden vill du ha?

Tänk så här:

Vad är ett realistiskt mål för ditt företag, till exempel inom det närmaste året?

Hur du ska få fler kunder att köpa av företaget?

Tänk så här:

Gå igenom alla de saker som kan göra att du får fler kunder! Måste du göra reklam för din produkt på något sätt? Måste din produkt finnas på flera säljställen?

Läs mer på verksam.se

Marknadsplan *forts.*

Nu behöver du bara en handlingsplan för att nå målen...

Handlingsplanen görs på kort sikt. Här ska allt vara konkret. När i tiden ska en viss produkt lanseras. På vilket sätt ska den lanseras och hur ska du berätta att produkten finns?

...och korrigera handlingsplanen om någonting går snett!

Ibland måste du förändra din verksamhet, kanske ändra ditt pris eller någon egenskap i produkten. Vägen mot dina affärsmål är sällan rak.

I Verktygslådan hittar du verktyget Aktivitetsmål som utvecklar dina mål ytterligare.

Läs mer på verksam.se