

**Stadsrevisionens skabelon til forretningsplan**

**\*Hvad er en forretningsplan?**

En forretningsplan er en detaljeret fremstilling af den virksomhed, du planlægger at oprette. Den tjener som en strategisk guide for driften og udviklingen af din fremtidige virksomhed.

At udarbejde en forretningsplan giver dig mulighed for at reflektere over og analysere forskellige aspekter af virksomhedsoprettelsen. Denne proces hjælper dig med at klargøre og koordinere de nødvendige forberedelser på en klar og forståelig måde, ikke kun for dig selv, men også for potentielle partnere og rådgivere. En veludført forretningsplan kan overbevise stakeholders om din seriøsitet og bæredygtighed i dit foretagende. En forretningsplan er ofte uundværlig, særligt når du skal søge finansiering fra banker eller investorer.

**\*Anvendelse af skabelonen**

1. Skabelonen indeholder hjælpetekster, som du selv skal slette. Disse er opmærket med stjerne \*.
2. Stederne, hvor du kan indsætte din egen tekst, er opmærket således ’ *Klik eller tryk her for at skrive tekst.*
3. Hvis visse dele af skabelonen ikke passer til din virksomheds behov, kan du fjerne disse for en mere tilpasset plan.
4. Ved færdiggørelse, sørg for at fjerne alle vejledende tekst og opdatere indholdsfortegnelsen, så din forretningsplan er klar til præsentation eller deling.

**\*Din virksomheds pitch/elevatortale**

Pitchet eller elevatortalen er din mulighed for kort og præcist at præsentere din forretningsidé og ambitioner. Det er en mundtlig introduktion designet til at vække interessen for din forretningsplan og føre til dybere dialoger med potentielle investorer eller partnere. En effektiv pitch er målrettet, velstruktureret, og fremhæver de unikke aspekter af din virksomhed på en overbevisende måde.

For flere tips til at forbedre din pitch, se vores guide her: [Stadsrevisionen: Lær at pitche](https://stadsrevisionen.dk/blog/laer-at-pitche/)



**FORRETNINGSPLAN FOR**

*Klik eller tryk her for at skrive firmanavn.*

*Klik eller tryk her for at skrive evt. cvr-nummer*

*Klik eller tryk her for at skrive navn på eventuelle ejere*

**Indholdsfortegnelse**

[Executive Summary (Resumé) 4](#_Toc176451621)

[Virksomhedsbeskrivelse og idé 5](#_Toc176451622)

[Personlige ressourcer og mål 6](#_Toc176451623)

[Produkter og tjenester 7](#_Toc176451624)

[Markedsanalyse 8](#_Toc176451625)

[Markedsførings- og salgsstrategi 9](#_Toc176451626)

[Udviklingsplan – på kort og længere sigt 10](#_Toc176451627)

[Organisering og ledelse 11](#_Toc176451628)

[Finansiering 13](#_Toc176451629)

# Executive Summary (Resumé)

\*Resuméet giver et hurtigt overblik over forretningsplanen. Det skal kortfattet beskrive virksomhedens idé, de produkter eller tjenester, der tilbydes, målsætningerne samt de væsentligste økonomiske og operationelle aspekter.

Klik eller tryk her for at skrive tekst.

**Hvad skal indgå?**

* En kort beskrivelse af virksomheden og dens idé.
* Hvilket problem løser virksomheden for kunderne?
* Mål for virksomhedens første år, både økonomisk og operationelt.
* Behov for finansiering, hvis relevant.
* Overordnet strategi for, hvordan virksomheden vil udvikle sig.
* Kort om, hvordan virksomheden er organiseret (nøglepersoner og roller).

**HUSK:**

Resuméet skal være kort og præcist, da det ofte er det første, potentielle investorer, banker eller partnere læser. Sørg for at inkludere de vigtigste oplysninger fra forretningsplanen, men undgå for mange detaljer.

# Virksomhedsbeskrivelse og idé

\*Denne sektion beskriver virksomhedens overordnede idé og formål. Den skal give en klar forståelse af, hvad virksomheden laver, og hvorfor den eksisterer. Det handler om at definere, hvordan virksomheden skaber værdi for kunderne og skiller sig ud fra konkurrenterne.

*Klik eller tryk her for at skrive tekst.*

**Hvad skal indgå?**

* **Virksomhedens mission og vision:** Hvad er formålet med virksomheden? Hvorfor eksisterer den, og hvad ønsker den at opnå på længere sigt?
* **Virksomhedens idégrundlag:** Hvilket problem løser virksomheden, og hvordan gør den det bedre eller anderledes end konkurrenterne?
* **Målgruppe:** Hvem er de primære kunder? Beskriv de kunder eller markedssegmenter, virksomheden henvender sig til.
* **Virksomhedens værdier:** Hvad er de centrale værdier, som virksomheden bygger på? Disse kan være baseret på etiske, sociale eller bæredygtige principper, afhængigt af virksomhedens mål.
* **Baggrund og historie (hvis relevant):** Hvis virksomheden allerede er etableret, kan du kort beskrive dens oprindelse, historik og vigtige milepæle.

**HUSK:**

Beskrivelsen skal være præcis og fokuseret. Det er vigtigt, at læseren forstår virksomhedens kerneidé og forretningsmodel på et overordnet niveau uden at drukne i for mange detaljer.

#

# Personlige ressourcer og mål

\*Denne sektion hjælper dig med at overveje de personlige, faglige og økonomiske ressourcer, du som ejer eller stifter har til rådighed, samt dine mål for virksomheden. Det er vigtigt at vurdere dine styrker, svagheder og de kompetencer, du eventuelt har brug for at udvikle for at sikre virksomhedens succes.

*Klik eller tryk her for at skrive tekst.*

**Hvad skal indgå?**

* **Styrker og svagheder:** Hvilke personlige og faglige styrker bringer du med ind I virksomheden? Er der områder, hvor du har brug for at udvikle dig selv eller hente hjælp udefra?
* **Ressourcer:** Hvilke ressourcer har du til rådighed, såsom kapital, viden, erfaring eller et netværk, som kan hjælpe virksomheden I gang?
* **Mål for det første år:** Hvad er dine konkrete mål for virksomheden, både I forhold til indtjening og vækst? Overvej også dine personlige mål, f.eks. ønsket om balance mellem arbejde og fritid.
* **Forventninger til indtjening:** Hvad er din forventede løn eller indkomst fra virksomheden I det første år? Dette hjælper med at sætte realistiske forventninger og kan være afgørende for planlægning af økonomien.
* **Udviklingsbehov:** Hvis der er områder, hvor du mangler kompetencer eller ressourcer, hvordan vil du tilegne dig dem? Overvej uddannelse, ansættelse af medarbejdere eller brug af eksterne konsulenter.

**HUSK:**

Beskrivelsen skal være præcis og fokuseret. Det er vigtigt, at læseren forstår virksomhedens kerneidé og forretningsmodel på et overordnet niveau uden at drukne i for mange detaljer.

# Produkter og tjenester

\*Denne sektion beskriver, hvad virksomheden tilbyder sine kunder. Det er vigtigt at præcisere, hvad dit produkt eller din service er, hvordan det skaber værdi for kunden, og hvad der gør det unikt i forhold til konkurrenterne.

*Klik eller tryk her for at skrive tekst.*

### **Hvad skal indgå?**

### Produkt-/servicebeskrivelse: Beskriv de produkter eller tjenester, din virksomhed tilbyder. Hvis der er flere, kan du lave en separat beskrivelse for hvert enkelt produkt eller service.

### Kundens udbytte: Hvad får kunden ud af at bruge dit produkt eller din service? Forklar, hvordan dine produkter eller tjenester løser kundens problemer eller opfylder deres behov.

### Unikke egenskaber (USP - Unique Selling Proposition): Hvordan adskiller dine produkter eller tjenester sig fra konkurrenternes? Hvilke unikke fordele tilbyder du?

### Produktion og leverandører: Hvis relevant, beskriv produktionsprocessen, og om du har nogen underleverandører, der leverer komponenter eller råvarer til dine produkter.

### Prisfastsættelse: Hvad er prisen på dine produkter eller tjenester, og hvordan har du fastsat den? Overvej at inkludere beregninger for omkostninger og dækningsbidrag, så du sikrer, at prisen dækker både variable og faste omkostninger.

### Fremtidig produktudvikling: Hvis relevant, kan du kort nævne eventuelle planer for udvikling af nye produkter eller services i fremtiden.

**Prisberegning for dit produkt/service:**

Når du fastsætter prisen på dine produkter eller services, skal salgsprisen som minimum dække de variable omkostninger, såsom indkøb af materialer, transport og emballage.

Det er også vigtigt at tage højde for, hvordan hvert produkt bidrager til virksomhedens faste omkostninger, såsom husleje og lønninger. Dækningsbidraget spiller her en central rolle og kan beregnes for hvert enkelt produkt eller for hele virksomhedens salg.

Dækningsbidrag = Omsætning – variable omkostninger.

Hvis dækningsbidraget samlet set ikke er stort nok til at dække de faste omkostninger, vil virksomheden opleve et underskud. Omvendt vil der være overskud, hvis dækningsbidraget overstiger de faste omkostninger.

# Markedsanalyse

\*Markedsanalysen giver en dybdegående forståelse af det marked, virksomheden opererer i. Her beskriver du dine kunder, konkurrenter og markedstendenser, som kan påvirke virksomhedens succes. Analysen hjælper også med at definere, hvor din virksomhed passer ind i markedet, og hvordan den kan opnå en konkurrencemæssig fordel.

*Klik eller tryk her for at skrive tekst.*

**Hvad skal indgå?**

* **Målgruppe:** Hvem er dine primære kunder? Beskriv dine kunder ud fra deres demografiske træk (alder, køn, indkomst, uddannelse), geografiske placering og adfærd. Er dine kunder privatpersoner (B2C), virksomheder (B2B) eller offentlige institutioner (B2G)?
* **Kundeundersøgelser:** Hvis relevant, inddrag resultater fra markedsundersøgelser eller kundesegmenteringsanalyser, der kan underbygge din forståelse af markedet.
* **Konkurrentanalyse:** Hvem er dine største konkurrenter, og hvad er deres styrker og svagheder? Hvordan adskiller din virksomhed sig fra dem? Overvej at lave en konkurrentoversigt, hvor du sammenligner nøgleelementer som pris, kvalitet, markedsandel og kundeservice.
* **Markedsstørrelse og vækst:** Beskriv det samlede marked for dine produkter eller tjenester. Hvor stort er markedet, og er der potentiale for vækst? Overvej at bruge tal fra brancheorganisationer eller offentlige statistikker.
* **Tendenser i markedet:** Er der nogen særlige tendenser, der kan påvirke din branche, f.eks. teknologiske fremskridt, ændringer i lovgivning eller skiftende forbrugerpræferencer?
* **Markedsandel:** Hvor stor en markedsandel forventer du at opnå, og hvad er realistisk for de første par år?
* **SWOT-analyse:** Overvej at inkludere en SWOT-analyse (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), der hjælper med at identificere**, kunderne og konkurrenterne. Dette er ofte et nøgleelement for investorer eller partnere, der vil se**

**, at din virksomhed har potentiale til at klare**

# Markedsførings- og salgsstrategi

\*Denne sektion beskriver, hvordan virksomheden vil tiltrække og fastholde kunder. Her planlægger du, hvilke markedsføringskanaler og salgsmetoder der skal anvendes for at nå målgruppen og opnå de ønskede salgsmål.

*Klik eller tryk her for at skrive tekst.*

**Hvad skal indgå?**

* **Målgruppe:** Hvilken målgruppe henvender din markedsføring sig til? Brug information fra markedsanalysen til at fastlægge, hvordan du bedst når dine kunder.
* **Salgsstrategi:** Hvordan planlægger du at sælge dine produkter eller tjenester? Overvej direkte salg, online-salg, salg via forhandlere, telefonsalg eller andre salgsmetoder. Beskriv også, hvem der er ansvarlig for salget, og hvilke salgsmål du har for det første år.
* **Markedsføringskanaler:** Hvilke kanaler vil du bruge til at markedsføre virksomheden? Overvej muligheder som:
	+ Sociale medier (f.eks. Facebook, Instagram, LinkedIn)
	+ Online annoncering (Google Ads, Facebook Ads)
	+ E-mail marketing
	+ Nyhedsbreve
	+ Website eller webshop
	+ Trykte medier (avisannoncer, brochurer)
	+ Events, messer eller netværksarrangementer
* **Budskab og positionering:** Hvilke budskaber vil du bruge i markedsføringen, og hvordan vil du positionere dig i forhold til konkurrenterne? Overvej at fokusere på din Unique Selling Proposition (USP), som gør dine produkter eller tjenester unikke.
* **Prisstrategi:** Hvordan vil du prisfastsætte dine produkter eller tjenester i forhold til konkurrenterne? Er det en lavprisstrategi, premium priser, eller noget midt imellem? Beskriv også eventuelle rabatordninger eller kampagner.
* **Reklamebudget:** Hvilket budget afsætter du til markedsføring, og hvordan vil det blive fordelt mellem forskellige kanaler? Overvej om du vil bruge en fast procentdel af omsætningen eller et fast beløb pr. måned.
* **Tidsplan og aktiviteter:** Udarbejd en tidsplan for dine markedsførings- og salgsaktiviteter. Hvilke tiltag vil du gøre på kort og længere sigt? Dette kan f.eks. inkludere lancering af kampagner, regelmæssige opslag på sociale medier eller deltagelse i messer.

# Udviklingsplan – på kort og længere sigt

\*Udviklingsplanen beskriver virksomhedens strategiske mål og ambitioner for vækst, både på kort sigt (1-2 år) og længere sigt (3-5 år). Denne sektion hjælper med at illustrere, hvordan virksomheden vil vokse og tilpasse sig markedet over tid, og hvad der skal til for at nå disse mål.

*Klik eller tryk her for at skrive tekst.*

**Hvad skal indgå?**

* **Kort sigt (1-2 år):**
	+ Hvilke mål har virksomheden for de første år? Overvej mål inden for omsætning, antal kunder, markedsandel, eller udvikling af nye produkter/tjenester.
	+ Hvordan vil virksomheden tilpasse sig markedet på kort sigt? Dette kan inkludere lancering af nye produkter, udvidelse af markedet, eller opbygning af et stærkere brand.
	+ Hvilke ressourcer skal bruges for at nå disse mål? Overvej investeringer i teknologi, medarbejdere eller marketing.
* **Længere sigt (3-5 år):**
	+ Hvad er de langsigtede ambitioner for virksomheden? Dette kan være at blive markedsleder, udvide til nye geografiske områder eller diversificere produktudbuddet.
	+ Hvordan vil virksomheden differentiere sig yderligere fra konkurrenterne over tid?
	+ Er der planer om international ekspansion eller udvikling af nye forretningsområder?
* **Milepæle og tidsplan:**
	+ Skitser vigtige milepæle og deadlines for både kort- og langsigtede mål. Dette kan inkludere introduktion af nye produkter, opnåelse af bestemte salgstal eller indtræden på nye markeder.
* **Risici og tilpasningsevne:**
	+ Beskriv potentielle udfordringer, som kan opstå i løbet af virksomhedens udvikling, og hvordan du planlægger at imødegå dem. Hvordan vil virksomheden være fleksibel og tilpasse sig ændringer i markedet, teknologi eller kundebehov?

# Organisering og ledelse

\*Denne sektion beskriver, hvordan virksomheden er struktureret, og hvem der har ansvar for de forskellige opgaver. Det er vigtigt at vise, at virksomheden er organiseret på en måde, der sikrer effektiv drift og ledelse.

Når du beskriver virksomhedens organisering, bør du forklare, hvordan ansvar og opgaver er fordelt, samt hvem der har hvilke roller. Beskriv ledelsens og nøglepersoners ansvar for funktioner som salg, produktion og økonomi, samt hvordan ejerskabet er struktureret. Hvis der er eksterne rådgivere som revisorer eller advokater, kan deres roller nævnes kort. Hvis der er planer om fremtidige ansættelser, skal du forklare, hvilke roller der vil blive nødvendige, og hvordan de vil støtte virksomhedens vækst.

**Oplysninger**

### **Virksomhedens navn:** Klik eller tryk her for at skrive tekst.

### **Adresse:** *Klik eller tryk her for at skrive tekst.*

### **Telefon:** *Klik eller tryk her for at skrive tekst.*

### **E-mail:** *Klik eller tryk her for at skrive tekst.*

**Website:** *Klik eller tryk her for at skrive tekst.*

### **Virksomhedsform:** *Klik eller tryk her for at skrive tekst.*

### **Virksomhedens ejer(e):** *Klik eller tryk her for at skrive tekst.*

### **Bankforbindelse:** *Klik eller tryk her for at skrive tekst.*

### **Revisor:** *Klik eller tryk her for at skrive tekst.*

**Centrale opgaver/roller i virksomheden**

|  |  |
| --- | --- |
| **Opgave/rolle (f.eks. ansvar for salg)** | **Hvem?** |
| *Klik eller tryk her for at skrive tekst.* | *Klik eller tryk her for at skrive tekst.* |
| *Klik eller tryk her for at skrive tekst.* | *Klik eller tryk her for at skrive tekst.* |
| *Klik eller tryk her for at skrive tekst.* | *Klik eller tryk her for at skrive tekst.* |
| *Klik eller tryk her for at skrive tekst.* | *Klik eller tryk her for at skrive tekst.* |
| *Klik eller tryk her for at skrive tekst.* | *Klik eller tryk her for at skrive tekst.* |
| *Klik eller tryk her for at skrive tekst.* | *Klik eller tryk her for at skrive tekst.* |

## Autorisationer, tilladelser og forsikringer

\*Her kan du anføre, hvilke autorisationer, tilladelser og forsikringer som er nødvendige for at drive din virksomhed.

### **Nødvendige autorisationer og tilladelser:**

### *Klik eller tryk her for at skrive tekst.*

\*Hvis du fx skal starte en restaurant, en VVS-installatørforretning eller en helt tredje type virksomhed, vil der ofte gælde specifikke krav og regler til registreringer, autorisationer eller godkendelser for din branche.

### **Nødvendige forsikringer:**

### *Klik eller tryk her for at skrive tekst.*

\*For eksempel arbejdsskade, erhvervsansvar, produkt, løsøre, varetransport, brand, indbo, rejse, køle og dybfrost, it m.m.)

### **Navn på forsikringsselskab:** *Klik eller tryk her for at skrive tekst.*

# Finansiering

**\***Denne sektion giver en samlet oversigt over virksomhedens økonomiske situation og forventninger, herunder indtægter, udgifter og behovet for finansiering. En gennemarbejdet finansiel plan viser, at virksomheden har en klar forståelse af sin økonomi og kan styre sine budgetter og likviditet på en bæredygtig måde.

**Hvad skal indgå?**

* **Etableringsbudget:** Beskriv de nødvendige investeringer for at starte virksomheden. Dette kan inkludere udstyr, software, markedsføring, lokaler og andre opstartsomkostninger.
* **Driftsbudget:** Giv en detaljeret beskrivelse af virksomhedens forventede indtægter og omkostninger i det første år. Beskriv, hvordan virksomheden forventer at dække sine faste og variable omkostninger og opnå overskud.
* **Likviditetsbudget:** Beskriv likviditetsstrømmen i virksomheden, altså hvornår pengene forventes at komme ind, og hvornår de skal bruges. Dette hjælper med at identificere perioder, hvor der kan være behov for ekstra kapital for at dække udgifter.
* **Finansieringsbehov:** Beskriv, hvor meget kapital virksomheden har brug for, og hvordan denne kapital vil blive anvendt. Overvej, om finansieringen skal komme fra egne midler, lån, investorer eller en kombination af disse.
* **Låne- og investeringsplaner:** Hvis du planlægger at optage lån eller tiltrække investeringer, skal du beskrive, hvilke beløb du søger, og hvilke vilkår du forventer (f.eks. renter, tilbagebetalingstid).
* **Forventet omsætning og resultat:** Præsenter en prognose for virksomhedens omsætning og resultat for det første år (eller de første par år). Vær realistisk i dine skøn og begrund dem, så læseren forstår, hvordan du er nået frem til tallene.
* **Break-even analyse:** Overvej at inkludere en break-even analyse, der viser, hvornår virksomheden forventer at dække sine omkostninger og begynde at generere overskud.

**HUSK:**

Den finansielle plan skal være realistisk og baseret på velovervejede antagelser. Det er også vigtigt, at du kan forklare, hvordan du vil håndtere eventuelle økonomiske udfordringer, såsom lavere omsætning eller højere udgifter end forventet.