

## ALUSTAVA LIIKETOIMINTASUUNNITELMA - OHJEITA

- *Liiketoimintasuunnitelman tarkoituksena on konkretisoida tulevaa tekemistä, jäsentää ja selventää aiotun yritystoiminnan kannattavuutta ja menestymisen mahdollisuuksia.*
- *Ensimmäinen vuosi on aina yrittäjälle tärkein. Visio 3 vuoden päähän on hyvä olla, mutta suunnitelmat 5-10 vuoden päähän ovat aivan liian pitkiä tässä vaiheessa.*
- *Ole realistinen ja käytännönläheinen, teoriat ja pilvilinnat eivät auta sinua.*

### **Liiketoimintasuunnitelma on tarpeen:**

- *Yrittäjälle itselleen käytännön työkaluna ja ”tiekarttana”*
- *Mahdolliset rahoittajat edellyttävät sitä aina*
- *Edellytyksenä käytettäessä asiantuntijoita apuna toiminnan arvioinnissa*

### **Perustiedot:**

- *Missä vaiheessa ollaan nyt, idea- vai aloitusvaiheessa?*
- *Milloin on tarkoitus aloittaa?*
- *Lähdenkö yksin vai onko muita kumppaneita tulossa mukaan toimintaan?*

## 1. LIIKEIDEA

Tee lyhyt tiivistelmä liikeideastasi (korkeintaan puolet A4 sivusta). Liikeidea pitäisi pystyä kertomaan muutamalla lauseella mitä myyt, kenelle myyt ja miten toimit. Mitä ytimekkäämmin pystyt asian esittämään, sitä uskottavampi olet.

Liikeidean pitää pystyä vastaamaan kolmeen kysymykseen:

- Mitä myyn
- Kenelle myyn
- Miten myyn

### **Tarkista:**

- *Pystytkö yhden minuutin aikana kertomaan käytännönläheisesti vieraille ihmiselle miksi yritys on olemassa ja mitä se tekee?*

## 2. OSAAMINEN

Yrittäjänä toimiminen perustuu kahteen osaamisalueeseen:

- yrittäjäosaamiseen
- ammattiosaamiseen

Yrittäjäosaaminen: Oleellisinta tässä on se, mistä sinulle on hyötyä yrittäjänä. Näihin kuuluvat mm. suunnitelmallisuus, markkinoinnin ja myynnin osaaminen, kiinnostus yrityksen taloudesta ja numeroista, sekä mahdollinen aikaisempi yrittäjäkokemus.

Ammattiosaaminen: Mitä tietoja ja taitoja sinulla on? Avaintekijöitä ovat yleensä ammattitaito ja koulutus. Osaaminen voi olla lähtöisin myös harrastuksista tai jokapäiväisen toiminnan piiristä.

Millaiset verkostot sinulla on ja miten aiot käyttää niitä yritystoiminnassasi?

**Tarkista:**

- ***Onko sinulla riittävä osaamiskokonaisuus ja verkosto tukenasi, jotta voit menestyä yrittäjänä?***

### **3. SWOT (S=Vahvuudet, W=heikkoudet, O=Mahdollisuudet, T=Uhat)**

Kartoita itsellesi mitkä ovat toimintasi

- Vahvuuksia (sisäinen) - Mahdollisuuksia (ulkoinen)
- Heikkouksia (sisäinen) - Uhkia (ulkoinen)

Voit tehdä tämän itsestäsi ja tiimistäsi, yrityksesi toiminnasta ja yrityksesi palveluista ja tuotteista. Ole rehellinen itsellesi ja katso asioita eri näkökulmista.

**Tarkista:**

- ***Oletko huomionnut kaikki näkökohdat eri osa-alueissa?***
- ***Voit tarvittaessa hyödyntää omaa verkostoasi ja kysyä heiltä lisää.***

### **4. TUOTE/PALVELU/TUOTTEISTUS**

Tuotteistuksen lähtökohtana ovat asiakkaat ja näiden tarpeet sekä lisäarvon tuottaminen asiakkaille.

Tuotteesi ja palvelusi on järkevää tuotteistaa vastaamaan kaikkein potentiaalisimpien asiakkaiden tarpeita. Näin helpotat heitä tekemään ostopäätöksen.

Miten sinä olet selvittänyt itsellesi mahdolliset asiakasryhmät ja näiden ostokäyttäytymisen?

Mitä tuotteita tai palveluita sinä tarjoat asiakkaillesi? Oletko miettinyt, miten voit rakentaa näistä erilaisia tuote- ja palvelukokonaisuuksia ja miten ne eroavat kilpailijoiden tuotteista ja palveluista?

Tuotteistus toimii erottautumiskeinona ja auttaa rakentamaan omaa brändiä. Oletko miettinyt, millaisen mielikuvan sinä haluat luoda tuotteellasi yrityksestäsi?

Hyvä tuotteistaminen helpottaa hinnoittelua, myynti- ja markkinointityötä. Sen avulla saavutat tavoitteesi tehokkaammin ja säästät arvokasta työaikaasi.

Hinnoittelua on vaikea muuttaa jälkikäteen, joten se kannattaa laskea huolella.

**Mistä hinta muodostuu sinulle ja/tai asiakkaallesi? Hinta on yksi tekijä ostopäätöksessä, mutta ei ainoa.**

**Hinta on kannattavuuteen vaikuttava tekijä: Jokainen tuotteesta/palvelusta saatava lisäeuro parantaa yrityksesi kannattavuutta.**

**Tarkista:**

- **Onko jokaisella tuotteellasi:**
  - **nimi**
  - **sisältö**
  - **hyöty**
  - **hintaa**

## 5. ASIAKKAAT

Yrittäjälle on tärkeää tuntea asiakkaansa: mitkä ovat heidän odotuksensa ja mitä tuotteen tai palvelun ominaisuuksia asiakkaat arvostavat, ja mitä eivät pidä erityisen tärkeinä.

Kerro mitkä ovat pääkohderyhmäsi ja mieti miksi nämä ostavat sinulta tuotteita.

On järkevää ryhmitellä yritysasiakkaat esimerkiksi:

- yrityksen toimialan
- koon ja/tai sijainnin perusteella ja
- arvomaailman perusteella

Jos yritykset ovat kohderyhmäsi, niin yritä kuvata minkälaiset yritykset ja mieti jokaisen kohderyhmän kohdalla miksi nämä ostavat palvelujasi.

Henkilöasiakkaitta voi ryhmitellä mm:

- iän tai sukupuolen
- arvomaailman tai ostotottumusten
- tulotason
- koulutuksen
- perheen koon tai asuinpaikan perusteella.

Jos kuluttajat ovat kohderyhmäsi, niin yritä kuvata minkälaiset kuluttajat ja mieti jokaisen ryhmän kohdalla miksi nämä ostavat palvelujasi.

### **Kohderyhmät**

Ryhmä 1

Ryhmä 2

Ryhmä 3

jne.

Tarkempi kuvaus. Keitä ja miksi?

**Yrittäjän osaaminen, tuote ja asiakkaat muodostavat yhdessä kokonaisuuden, jonka tulee olla tasapainossa. Tällöin yritys saavuttaa kilpailuetua (=ylivoimaista osaamista) kilpailijoihin nähden.**

Ota huomioon myös:

- Kuinka monta asiakasta uskot saavuttavasi eri asiakasryhmistä?
- Kuka on maksaja, ostaja ja loppukäyttäjä?

**Tarkista:**

- ***Onko sinulla selkeät kohderyhmät, joille voi markkinoida?***
- ***Arvioi kuinka paljon maksavia asiakkaita eri kohderyhmissä on?***
- ***Tiedätkö mikä on keskiostoksen koko toimialalla?***

## 6. MARKKINATILANNE

Ennen aloittamista on hyvä hahmottaa markkinatilanne, ja mitkä ovat toimintatavat omassa markkinassasi. Tee itsellesi tilanearvio:

- Miten hyvin tunnet nykyisen markkinatilanteen?
- Millainen kysyntä on omille palveluillesi ja tuotteillesi?
- Mihin ala on menossa seuraavan 2 vuoden aikana?
- Millaisia kausivaihteluja alalla on?
- Miten olet selvittänyt ja kartoittanut tilannetta?

**Tarkista:**

- ***Tunnetko alan toiminnan ja pelisäännöt?***
- ***Onko aloitusajankohta hyvä ja omaan sesonkiisi sopiva?***

## 7. KILPAILIJAT

On tärkeää tuntea kilpailijat, heidän tuotteensa ja toimintatapansa. Analysoi ja tutki yrityksiä ja heidän palvelunsa/tuotteet sekä toiminta.

Yrittäjän tulisi pystyä erottautumaan kilpailijoista joillakin asiakkaan arvostamilla tekijöillä, jolloin yrittäjälle jää paremmin hinnoitteluvapautta, mikä taas merkitsee taas parempaa tulosta.

**Käytä seuraavia kysymyksiä apunasi kartoittaessasi ja kuvaillessasi kilpailijoitasi.**

- Kerro ketkä ovat 3-5 tärkeintä kilpailijaasi ja miksi?
- Mitkä ovat kilpailijoiden tuotteet tai palvelut?
- Kuinka kilpailijoiden tuotteet/ palvelut eroavat omistasi? (Tutki esimerkiksi hinnoittelu, toimitusaika, brändi, asiakastyytyväisyys)

- Mitkä ovat kilpailijoiden käyttämät myynninedistämistoimenpiteet ja mainosvälineet? On hyödyllistä seurata kilpailijan mainontaa ja myynnin edistämistoimenpiteitä.
- Mitä teet samalla tavalla ja mitä eri lailla tai paremmin?
- Voitko tehdä kilpailijoiden kanssa yhteistyötä? (Esim. alihankinta)

**Tarkista:**

- ***Osaatko nimetä 3 tärkeintä kilpailijaasi?***
- ***Miksi asiakas ostaa sinulta eikä kilpailijaltasi tai päinvastoin?***
- ***Osaatko kertoa kilpailuetusi käytännössä?***

## 8. TAVOITTEET

Kun aloitat liiketoimintasi, olisi hyvä asettaa yritykselle tai itselle mitattavia tavoitteita ensimmäisen vuoden ajalle.

Ensimmäisen vuoden voi jakaa vielä esim. kahteen 6 kuukauden ajanjaksoon, tai omalle toimialalle sopiviin jaksoihin.

Mitattavia asioita voivat olla esim. liikevaihto, kannattavuus, referenssit, tunnettuus, oma ansio, klikkaukset jne.

**Tarkista:**

- ***Onko sinulla valittuna muutamia tärkeitä asioita, joita haluat mitata?***
- ***Mikä on tavoitteesi ensimmäiselle vuodelle ja missä haluat olla kolmen vuoden kuluttua yritystoiminnan aloittamisesta?***

## 9. MARKKINOINTISUUNNITELMA

Kun sinulla on tuotteistus hintoineen mietittynä ja selkeät asiakaskohderyhmät tavoitat asiakkaasi oikein kohdennetulla markkinoinnilla.

Kohdenna markkinointi eri asiakasryhmille oikealla kanavalla oikeaan aikaan.

Kun tiedät tavoitteesi ja tunnet kohderyhmäsi, pystyt suunnittelemaan mitä markkinoinnin toimenpiteitä sinun kannattaa tehdä ja tämän jälkeen käytännön toteutus on helpompaa. Saat hyviä vinkkejä markkinointiin myös, kun tutkit miten kilpailijasi toimivat.

### **Käytä seuraavia kysymyksiä apunasi markkinoinnin suunnittelussa ja toteutuksessa:**

- Mitä haluat saavuttaa markkinoinnilla esim. asiakasmäärän kasvattaminen, myynnin lisääminen, tunnettuus ja/tai brändin rakentaminen?
- Mitkä ovat markkinoinnin mitattavat tavoitteet 6 kk ja 12kk ajalle?
- Kuinka monta asiakasta sinun pitää tavoittaa, jotta saavutat markkinoinnin tavoitteesi

- Mikä on markkinointibudjettisi seuraavan 6 kk ja 12 kk ajalle?
- Mitkä markkinoinnin kanavat tavoittavat parhaiten kohderyhmäsi?
- Milloin käytössäsi on flyereita, mainoksia, tai osallistutko tapahtumiin, messuille tms.?
- Some ei tarkoita yleisesti mitään, vaan eri kanavat pitää tunnistaa ja miettiä mitä niistä valitset käyttöösi, miksi, millä teemalla ja milloin?
- Miten ja millä mittareilla seuraat markkinoinnin tuloksia?

**Tarkista:**

- ***Tiedätkö mitä toimenpiteitä teet ennen yrityksen perustamista ja yritystoiminnan alussa (esim. nettisivujen rakentaminen ja hakukoneystävällinen sisältö, verkostojen hyödyntäminen)?***
- ***Onko nämä toimenpiteet suunniteltu ja aikataulutettu?***
- ***Tiedätkö mitkä markkinoinnin kanavat tavoittavat parhaiten sinun kohderyhmäsi?***
- ***Onko eri kanavien viestit mietitty ja aikataulutettu?***

## 10. MYYNTISUUNNITELMA

Myynti ratkaisee yrityksen eloonjäämisen. Suunnittele ja toteuta se huolella! Kun sinulla on mietitty tuotteistus, hinnoittelu, asiakaskohderyhmät ja kilpailuetusi, pystyt suunnittelemaan ja tekemään myyntiä huomattavasti tehokkaammin.

Tee itsellesi viikko- ja kuukausipohjainen myyntikalenteri. Tämä ohjaa ja antaa hyvän rungon systemaattiselle myyntityölle.

Myyntisuunnitelmaan on syytä asettaa selkeästi mitattavat tavoitteet.

Jos kohderyhmäsi ovat yritykset, laske kuinka monta yritystä sinun pitää saada asiakkaaksi, jotta toimintasi on sinulle kannattavaa? Tee lista potentiaalisista yritysasiakkaistasi ja suunnittele milloin olet yhteydessä näihin.

Jos kohderyhmäsi ovat kuluttajat, mieti voitko tavoittaa kohderyhmääsi myös yritysten tai muiden tahojen kautta? Tee lista potentiaalisista yhteistyökumppaneista ja mieti milloin tavoitat nämä.

**Tarkista:**

- ***Onko myyntikalenteri tehty?***
- ***Laske montako soittoa, sähköpostia tai tapaamista sinulla olisi oltava viikossa/kuukaudessa, jotta pääset myyntitavoitteeseesi?***

## 11. OMA YRITYKSESI

Yrityksen perustaminen on helppoa ja nopeaa. Harkitse mikä on sinun toiminnallesi sopivin yritysmuoto ja perusteet sille. Missä yritys toimii ja tarvitaanko toimintaan vuokratiloja, liiketiloja, toimistoa, varastoa tms.?

Mieti myös mikä on toimintasi visio lähimmän 3 vuoden aikana. Mitä lähdet tavoittelemaan ja millä keinoilla pääset tavoitteisiisi?

Jos yritykseen on tulossa muita kuin sinä itse, niin osakassopimus olisi hyvin suositeltavaa tehdä samalla kun yritystä perustetaan. Tee päätös, milloin sopimus tehdään, mitä kaikkea siinä sovitaan ja kuka osakassopimuksen tekee.

Mieti miten osuudet jaetaan osakeyhtiössä ja miten asioista päätetään mahdollisissa kiistatilanteissa.

### **Tarkista:**

- **Mitkä ovat hyvät perusteet valitsemallesi yritysmuodolle?**
- **Jos sinulla on osakeyhtiö, mitkä ovat osakkaiden osuudet?**

## 12. TALOUDEN SUUNNITTELU

Yrittäjän on useimmissa tapauksissa järkevintä keskittyä itse yrittämiseen ja antaa kirjanpito tilitoimiston hoidettavaksi, samoin talouden ja tilinpäätöksen suunnittelussa kannattaa kuunnella asiantuntijoita.

Suunnittele miten aiot järjestää tarvittavan rahoituksen, vakuudet ja käyttöpääoman. Päätä kirjanpidon hoidosta ja sen tekijästä. Tämän voi tehdä jo ennen yrityksen perustamistakin.

Selvitä YEL-eläkkeen taso ja merkitys itsellesi, samoin muut vapaaehtoiset vakuutukset. Kattavatko nämä mahdolliset riskit?

Selvitä mitä pankkia, laskutusohjelmaa tai maksutapoja aiot käyttää toiminnassasi.

### **Tarkista:**

- **Onko kirjanpitäjä, pankki ja vakuutukset kilpailutettu?**
- **Oletko päättänyt, miten taloushallinto ja laskutus hoidetaan?**
- **Milloin yrityksesi myynti on sillä tasolla, että saat maksettua yrityksesi kulut ja itsellesi riittävästi palkkaa? Kuinka paljon tarvitset käyttöpääomaa täksi ajaksi?**
- **Huom. Usein riittävän myynnin saavuttamisessa voi mennä jopa 3-6kk yritystoiminnan aloittamisesta, riippuen toimialasta ja yrittäjästä.**

## LASKELMAT

Kun olet saanut toimintasuunnitelman kirjoitettua, sen pitää ohjata toimintaasi käytännössä ja ennen kaikkea auttaa omaa ajanhallintaasi.

Suunnitelman perusteella pitää tehdä laskelmat. Ne ovat toki arvioita, mutta ne perustuvat aina suunnitelmiin. Laskelmat eivät saa olla arvauksia, silloin ne eivät perustu mihinkään.

Yrittäjän on hyvä tehdä itselleen ensimmäiselle vuodelle ainakin:

- **rahoituslaskelma**
- **kannattavuuslaskelma**
- **myyntilaskelma**

Lisäksi kuukausittainen **kassavirtalaskelma** auttaa sinua hahmottamaan rahatilannetta sesonkien vaihteluissa.