

- Affärsplan -

THINK REFLEX UF

September 2022 - Maj 2023

Thea Simonsson

VD

Alma Isleborn

Mediaansvarig

Miranda Söderholm

Ekonomi

Ida Wickström

Marknadsförare

Nathalie Lundberg

Administratör

Nils Nordgren

Lärare

Linn Hjerrton

Rådgivare

📍 Grillska Grymnasiet Uppsala

✉ thinkreflex@gmail.com

📷 [thinkreflex UF](https://www.instagram.com/thinkreflex UF)

f [ThinkReflex UF](https://www.facebook.com/ThinkReflex UF)

🎵 [ThinkReflex](https://www.spotify.com/track/ThinkReflex)

Innehållsförteckning



Affärsidé och bakgrund.....	2
Organisation.....	3
SWOT analys.....	4
Nätverk.....	5
Marknad och kunder.....	6
Marknadsundersökning.....	6
Utvärdering.....	7
Resultatbudget.....	7
Likviditetsbudget.....	8
Marknadsföringsplan.....	9
Produktbeskrivning.....	9
Mål och visioner.....	10
Miljö.....	10
Gantt Schema.....	11
Säljtillfällen och underskrifter.....	12

Affärsidé och Bakgrund

Vi alla har varit med om att bli påtvingad en reflexväst i väntan på bussen. Det är ingen hemlighet att reflexer är något unga inte vill sätta på sig då det inte anses vara coolt.

Vi har hittat lösningen!

Vi kommer designa tygkassar med reflextryck för att skapa säkerhet i trafiken kommande vinterhalvåret. Tygkassen är ekologisk och av bra kvalitet som håller länge.

Reflexvinylen håller upp mot 50 tvättar i 40 grader. Men hur ofta tvättar man en kasse egentligen? Vi kommer att trycka på trycken vi själva designat, men det finns även möjlighet att beställa med personligt tryck.

Organisation



Thea Simonsson:
VD

Thea är VD då hon är ordningsam och lugn och även ansvarstagande. Vi i företaget ser henne som en trygg punkt som man kan förlita sig mycket på.



Alma Isleborn:
Medieansvarig

Alma är medieansvarig eftersom hon går estet media och kan därför pogrammen som vi använder när vi skapar våra tryck mm.



Miranda Söderholm:
Ekonomiansvarig

Miranda är ekonomiansvarig då hon är intresserad av ämnet och vill jobba inom ekonomi i framtiden. Hon har alltid stenkoll på våran budget och inköp.



Ida Wickström:
Marknadsförare

Ida är marknadsförare eftersom hon är intresserad av socialamedier och vet vad de hetaste trenderna är just nu.



Nathalie Lundberg:
Administratör

Nathalie är administratör då hon har koll på mötesprotokollen. Hon är inte rädd för att ställa frågor och lösa problemen.

SWOT

Styrkor -Drivna -Mediaelever	Svagheter -Uppdelade klasser -Ingen tidigare kunskap
Möjligheter -Minska trafikolyckor -Erfarenheter	Hot -Vanlig produkt -Större konkurrenter

Analys

I företaget är vi fem drivna tjejer, varav tre av oss är mediaelever vilket innebär att vi har tillgång till olika program och utrustning vilket ger oss möjligheten att göra vår produkt så bra som möjligt.

Vi har alla fem blivit påtvingade en ful reflex och därför vill vi göra det enklare för ungdomar att bära reflexer utan att skämmas. Precis som många andra UF-företag är det första gången vi driver ett företag så det är väldigt nytt för oss. Det försvårar ännu mer att vi går i två olika klasser, då vi får mindre tid tillsammans.

Möjligheterna vi har med vårt UF är att öka säkerheten i trafiken och även få erfarenheter under året. Vi är medvetna om att det finns liknande produkter på marknaden men det som gör oss speciella är vår kunskap inom design och förmågan att göra om produkten utifrån efterfrågan.

Nätverk



Linn Hjertton
Rådgivare

Linn Hjertton är interimkonsult på Benefit Consulting AB. Vi valde henne som vår rådgivare på grund av hennes kunskap inom HR, ledningsgruppsarbete och hur saker fungerar inom företag. Eftersom ingen av oss i Think Reflex har några tidigare erfarenheter inom företag är hennes hjälp och råd mycket hjälpsamma och även väldigt uppskattade. Vi har möten tillsammans med Linn ungefär en gång i månaden och berättar vad som hänt sedan sist och frågar om råd.



Nils Nordgren
Handledare

Nils Nordgren är vår lärare i entreprenörskap. Han hjälper och stöttar oss när vi stöter på problem. Nils är väldigt kunnig och har mycket erfarenheter med UF-företag och de problem man kan stöta på under årets gång. Han finns tillgänglig varje lektion vi har med honom och kan lätt ställa frågor till honom om det behövs.

Marknad och kunder

Vi vänder oss främst till ungdomar, men alla är såklart välkomna att köpa våra tygkassar från Think Reflex. Vi kommer att sälja vår produkt på olika marknader men även via sociala medier där vi finns på Instagram, TikTok och Facebook.

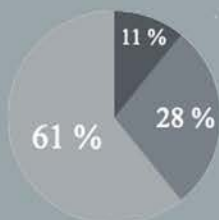
Vi är medvetna om att vi har konkurrenter på marknaden, både andra UF-företag men även större företag. Men det som gör oss speciella är att vi kan ändra vår produktion helt efter efterfrågan då vi trycker kassarna själva.

Marknadsundersökning

Vi har gjort en marknadsundersökning och såhär blev resultatet:

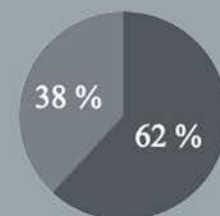
Vilken färg hade du velat köpa din tygkasse i?

● Annat ● Kräm Vit ● Svart



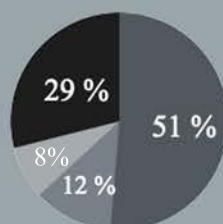
Äger du för tillfället någon tygväska?

● Ja ● Nej



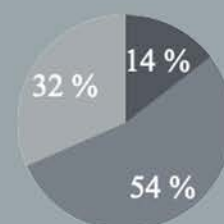
Hur mycket betalade du senast för en tygkasse?

● 100-150 ● 150-200
● 200+ ● Jag äger ingen tygväska



Hade du varit intresserad av att köpa en tygkasse med reflextryck på?

● Annat ● Ja ● Nej



Utvärdering av marknadsundersökningen

Utifrån resultaten vi fick av marknadsundersökningen beställde vi in mer svarta kassar än kräm vita eftersom det var mer populärt. Vi bestämde priset 149kr då vi ansåg att det var ungefär i mitten av resultatet av vad resultaten visade på undersökningen. Vi märkte även att vår produkt var efterfrågad så vi besämde oss för att köpa in 29 kassar från början. Utifrån en marknadsundersökning vi gjorde på instagram valde vi att trycka upp fler kassar med snöflingor än de två andra alternativen. Det resulterade i att vi sålde slut på alla kassarna vi hade med oss på markanden.

Resultatbudget

Intäkter	
Startkapital	2475
Försäljning	5960
Summa intäkter	8435
Kostnader	
Varuinköp	4463
Summa kostnader	4463
Resultat	3974

Analys

Vi går in med 2 475kr i början av UF-året. Med försäljningen får vi in 5 960kr. Vi lägger 4 463kr på inköp av material såsom kassar och reflexvinyl. Med det här resultatet kommer vi att få tillbaka de pengar vi lade in i början av året samt gå plus. Vi ser fram emot att lyckas med vår budget.

Likviditetsbudget

Månad	Likvida medel	Utgifter	Inkomster	Summa
November	0	1972	2000	28
December	28	1873	3604	1760
Januari	1760	1068	596	1288
Februari	1288	0	298	1586
Mars	1586	0	1490	3076
April	3076	0	745	3821
Maj	3821	0	0	3821

Marknadsföringsplan

Vi kommer att sälja våra kassar för 149 kr styck, men om man vill beställa eget tryck via vår instagram kan priset variera mellan 179-200 kr beroende på storlek.

Vi har bokat in en julmarknad och sedan har vi UF-mässa där vi kommer stå och sälja men vi säljer även genom sociala medier.

Produktbeskrivning

Vi har tre olika tryck vi själva skapat som vi trycker på våra inköpta tygkassar.

Vi har även möjligheten att skapa andra tryck efter förfrågan.



Mål och visioner

Vi vill under vårt UF-år sälja slut på vårt lager och då gå plus i slutet utav året. Vi har räknat ut hur mycket kassarna och vinylen vi använder för trycket kostar och att om vi säljer 40 kassar så kommer vi att gå plus. Ett annat mål vi har är att göra reflexer lättare och snyggare så att fler kan och vill använda dem och att vi ska lära oss hur ett företags drivs. I slutet av vårt UF-år vill vi att företaget ska gå plus och att vi har fått många nya erfarenheter. Vi vill bygga en monter till UF-mässan som kommer dra uppmärksamhet till sig och ha potential att vinna tävlingen. Under UF-mässan vill vi även lära oss hur man intregerar med kunder och säljer produkter så effektivt som möjligt.

Miljö

Vi köper in ekologiska tygkassar från företaget EKO trade nordic på deras hemsida ekotrade.com. Vi köper Tiger cotton tygkassar med långa handtag både på grund av både EKO trades hållbara tänkande och för deras design. EKO trade flera miljömärkningar som exempelvis Global Organic Textile Standard (GOTS), Fairtrade, OEKO-TEX, EU-ECOLABEL och OCS-Organic Content Standard.



Gantt schema

Aktivitet

Starta 

Enkäter 

Dragons Den 

Banken 

Inköp 

Produktion 

Försäljning 

Monter 

Avveckla 

35. 40. 45. 50. 3. 8. 13. 18. 23.

Vecka

Säljtillfällen

9/12-2022 UF-julmarknad Forum Torget i Uppsala

15/3-2023- UF-mässa Fyrishov i Uppsala

Via DM på instagram

Kontakt

Mail: thinkreflex@gmail.com

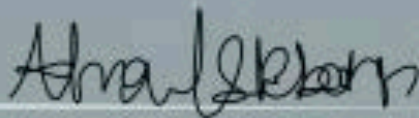
Instagram: thinkreflex_uf

Facebook: Thinkreflex UF

Tiktok: thinkreflexuf

Underskrifter

Uppsala 15/2 - 2023



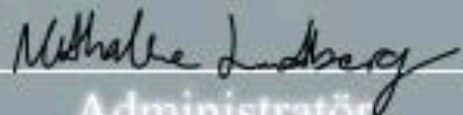
Medieansvarig



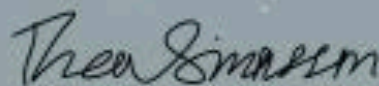
Marknadsförare



Ekonomiansvarig



Administratör



VD

