

# Följ Mohamed!

Hej, mitt namn är Mohamed, jag är 24 år gammal från Stockholm, Sverige. Jag vill driva en ekoturismverksamhet.

Mohamed är en ung man från Stockholm som gillar all typer av idrott och spenderar sin fritid i naturen, går han gärna på långa vandringar i Nationalparkerna runt Stockholm, och även göra kajakturer genom de många svenska sjöarna och sover under stjärnorna i de vidsträckta skogarna. Han vill dela med sig av sin upplevelse av friluftsliv med besökarna och visa dem hur man kan njuta av den skandinaviska naturen till sina fulla. Han planerar att erbjuda guidade dags- eller veckoturer inklusive utomhusaktiviteter och camping.



# FOAIA DE PARCURS EUROPEAN YETI



1

FÖLJ MOHAMED NÄR DE GÅR  
DIG GENOM SIN RESA ATT  
STARTA ETT  
EKOTURISMFÖRETAG

2

VARJE STEG IDENTIFIERAR DE  
OLIKA STEG DU BEHÖVER TA  
FÖR ATT STARTA DITT  
FÖRETAG

3

VARJE STEG INNEHÅLLER  
ANVÄNDBARA LÄNKAR  
SOM HJÄLPER DIG ATT FÅ  
KONTAKT MED BYRÅER  
OCH NÄTVERK

4

ANVÄNDA DEN HÄR  
FÄRDPLANEN SOM EN  
CHECKLISTA MED "BÄSTA  
PRAXIS"



# IDÉFASEN

## STEG 1: SÄTT DET PÅ PAPPER

- (A) Ge projektet ett namn. Om du inte kan tänka dig en av 30 sekunder kalla det "mitt projekt" för tillfället. Bara denna handling gör den mer verklig och namnet kan alltid ändras senare. Från och med nu utvecklar du din projekttid
- (B) Skriv ner några punkter som beskriver idén. Utveckla idén
- (C) Skapa en tvåradig sammanfattning. Något som enkelt och snabbt kan förklaras för någon som inte känner till området. Detta kommer att göra det mycket lättare att prata om ditt projekt"

## STEG 2: DEFINERA PROJEKTET

- ((A) Skapa start, mitt och slut. Hur ser den nuvarande situationen ut, vad skulle du vilja göra och hur en framgång skulle se ut.
- B) Finansörer älskar projekt som är "öronmärkta", dvs.
- C) Uppskatta hur lång tid detta projekt kan ta från början till slut, finns det mistopar på vägen som kan hjälpa till att mäta framsteg?
- (D) Hur skiljer sig detta projekt från vad som har hänt tidigare och/eller pågår?"

## STEG 3: ÄR DET REALISTISKT?

- (A) Är detta projekt realistiskt innan man anstränger sig mycket? Om det behöver miljontals pund, mycket mark eller mycket volontärtid, kanske överväga att börja i mindre skala eller ett alternativ. Som en allmän regel ju större projekt desto mer förberedelse krävs.
- B) Identifiera nyckelpass/underlätenord (tex. kriterier för stödberättigande). Om ditt projekt är beroende av en fast mark eller person, vad händer om de inte är tillgängliga?
- C) Överväga viktiga risker och hur de kan hanteras? Kan projektet skalas upp stegvis?

## STEG 4: STEG FÖR STEG

- A) Vilket är det första steget som krävs för att få projektet att hända? Vilka är de följande 2-3 stegen?
- (B) Skriv ner det på papper, använd ett diagram eller en karta för att ange vad som skulle hända, använda pilar etc.
- C) Behöver den finansiering (i så fall när)? Säga att du hade finansiering, vad skulle du göra?
- (D) Om du är osäker, markera luckorna i informationen och vad du behöver för att ta reda på
- (E) Hur/var kan du få den informationen?

## STEG 8: TEST + RECENSION

- (A) Låt någon titta över projektet och ge nya ögon
- B) Hur kan projektet bli bättre vid översynen? Mindre/större om det behövs?
- C) Är projektet fortfarande en realistisk idé i detta skede?
- D) Vilka är luckorna? Behövs fortfarande information?
- (E) Vad händer om projektet är ett framgångsrikt eller misslyckande? Vad är arvet?

## STEG 7: KOSTNADER

- (A) Hur mycket kommer projektet att kosta att leverera?
- B) Hur är det med tid och värde in natura, har det beaktats?
- C) Hur är det med skatter (tex. moms), växelkurser, yrkesavgifter, bankavgifter etc?

## STEG 6: ALTERNATIV

- A) Pågår detta projekt redan i det större området?
- B) Skulle det tränga undan ett befintligt projekt? Hur är det anordnada?
- C) Vilka alternativ finns det för att leverera det (tex. olika skala, plats, fokus osv.)?
- D) Varför är det föreslagna alternativet det bästa, allt övervägt?

## STEG 5: VEM

- A) Vem skulle leda projektet? Vem skulle skriva under ansökan och erbjudandebrevet?
- B) Vem skulle behöva vara med för att få detta att hända? Behöver du partners? Vem, vad, när, varför och hur - Ställ frågor
- C) Hur/var skulle projektet marknadsföras? Hur skulle du få deltagare/kunder?
- D) Hur skulle projektet genomföras? På budget, i tid och i sin helhet?
- E) En kort genomgång av resultaten hittills, behövs några ändringar?

(12 MÅNADER)





# AFFÄRSPLAN

En affärsplan kan bestå av sju avsnitt som var och en är viktiga för att förklara ditt företag. De bästa affärsplanerna är skrivna i korta stycken, med tydligt och kortfattat språk.

Du kommer att använda en affärsplan för att sälja ditt företag till investerare, kvalificera ditt företag för lån och mer. Att ha en solid plan är alltid användbart och kan också hjälpa till att hålla dina handlingar som företagare på rätt spår.

VAR HELT SÄKER PÅ ATT ALL INFORMATION SOM GÅR HÄR GÅR TILL ATT STÖDJA DIN AFFÄRSPLAN.

## ANVÄNDBARA LÄNKAR

- Business support by local municipalities  
<https://www.nyforetagarcentrum.com/enterprise-agenciesnyforetagarcentrum/>
- Developing your business plan (provided by Nyforetagacentrum)  
<https://affarsplanen.com/>
- Statistics site (e.g. for product development and market research)  
<https://scb.se/en/>
- Find out if you need a permit for your trade:  
<https://www.verksamta.se/web/international/services/find-permits>
- Get an information meeting with the Tax Agency about registering your business  
<https://www.skatteverket.se/foretagorganisationer/informationstraffarmoten.418elbl0334ebe8bc80001513.html>
- Register your business name  
<https://www.bolagsverket.se/ol/other/engelska-1.8229>



## HUR MAN SKRIVER EN AFFÄRSPLAN

### STEG 1: SKRIV EN SAMMANFATTNING

- Sälj ditt företag och förklara varför det är viktigt
- Inkludera en sammanfattning på hög nivå av din plan och driftsmodell

### STEG 3: MARKNADS- OCH KONKURRENSANALYS

- Beskriva den bransch ditt företag kommer att verka i och lyfta fram de möjligheter du kommer att dra nytta av
- Gjorde du marknadsundersökningar?
- Identifiera dina konkurrenter

### STEG 5: PRODUKTBESKRIVNING

- Diskutera i detalj vad du kommer att sälja eller erbjuda
- Det här avsnittet kommer sannolikt att vara lite längre än de andra på grund av dess betydelse

### STEG 7: FINANSIELL ANALYS OCH PROGNOSE

- Det spelar ingen roll om du inkluderar en begäran om finansiering i din plan, du vill inkludera en ekonomisk analys här

### STEG 2: SKRIV EN FÖRETAGSBESKRIVNING

- Detaljinformation om ditt företag
- Vilken är möjligheten som ditt företag utnyttjar?
- Vad är målmarknaden?
- Markera hur ditt företag differentieras

### PASUL 4: PLANUL OPERATIONAL

- Hur kommer ditt företag att fungera dagligen?
- Vad är ditt företags juridiska struktur?
- Hlghlight vem som är involverad och vilket värde de kommer att lägga till

### STEG 6: SAMLA KAPITAL

- Om du tänker att en potentiell investerare eller långivare ska läsa detta, vill du inkludera ett avsnitt här på din finansieringsbegäran

### STEG 8: BILAGA

- All återstående information som licenser, diagram eller något annat som inte kunde passa in organiskt i planen någon annanstans, känn dig fri att inkludera dem här.

# OPERATIVA RESURSER (6 MÅNADER)

TÄTA DIG TID ATT IDENTIFIERA DE RESURSER DU BEHÖVER FÖR DIN DAGLIGA VERKSAMHET. VEM JOBBAR DU MED? VAR KOMMER DITT FÖRETAG ATT ÄGA RUM? VILKEN UTRUSTNING BEHÖVER DU?

## PERSONALRESURSER

- EN ORGANISATIONS FRAMGÅNG ÄR STARKT BEROENDE AV MEDARBETARNAS TALANG OCH STYRKA

Make sure to know about labor law before hiring staff: [https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/lag-198280-om-anstallningsskydd\\_sfs-1982-80](https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/lag-198280-om-anstallningsskydd_sfs-1982-80)

## MATERIELL RESURSER

OAVSETT OM DET ÄR ETT LITET HEMFÖRETAG ELLER EN DETALJHANDELSOPERATION MED FLERA PLATSER MÅSTE VARJE ORGANISATION HA LÄMPLIGA FYSISKA RESURSER FÖR ATT ÖVERLEVA. DETTA INKLUDERAR ETT KORREKT ARBETSUTRYMME, FUNGERANDE TELEFONLINJE, ADEKVATA INFORMATIONSSYSTEM OCH EFFEKTIVT MARKNADSFÖRINGSMATERIAL

## EKONOMISKA RESURSER

- DETTA KAN KOMMA FRÅN PERSONLIGA KONTON, LÅN / KREDITLINJER, PRIVATA INVESTERARE ELLER BIDRAG OCH STATLIG FINANSIERING.

## PEDAGOGISKA RESURSER

GENOM ATT FÖRSTÅ DIN KONKURRENS OCH FÅ FÖR DJUPAD KUNSKAP OM DIN BRANSCH KOMMER DU ATT FATTA FÖR SMARTARE BESLUT I NÄRINGSLIVET. UTBILDNINGSRESURSER KAN HITTAS GENOM PROFESSIONELLA BRANSCHORGANISATIONER, LOKAL HANDELSKAMMARE SAMT SMÅFÖRETAGSADMINISTRATIONER FÖR ATT NÄMNA NÅGRA.

## PSYKOLOGISK OCH EMOTIONELL RESURSER

ATT STARTA ETT FÖRETAG KAN VARA EXTREMT STRESSANDE FÖR EN ENTREPRENÖR ATT ÅTA SIG. FÖR ATT UPPRÄTHÅLLA FÖRNUFTET OCH HÅLLA MOTIVATIONEN UPPE ÄR DET VIKTIGT ATT HA ETT SUPPORTTEAM SOM KAN GE VÄGLEDNING OCH STÖD EFTER BEHOV. DETTA TEAM KAN BESTÅ AV VÄNNER, FAMILJ, MENTOR ELLER YRKESGRUPP.

# KOMMUNIKATION OCH IMPLEMENTATION (3 MÅNADER)

NÄR DU HAR FÅTT IDÉN ATT SKAPA OCH SÄLJA EN PRODUKT ELLER TJÄNST, OCH GÖR DIG REDO ATT STARTA FÖRETAGET, ÄR NÄSTA STEG ATT ANSLUTA TILL ALLMÄNHETEN OCH BÖRJA FÅ DERAS UPPMÄRKSAMHET. DET ÄR DÄR EN KOMMUNIKATIONS- OCH IMPLEMENTERINGSPLAN KOMMER IN I DEN.

OAVSETT OM DU VILL FÅ TROVÄRDIGHET VIA SOCIALA MEDIKANALER, FÅ KONTAKT MED EN COMMUNITY ELLER ETT NÄTVERK ELLER ÖPPNA POTENTIELLA FINANSIERINGSSTRÖMMAR, KAN RÄTT KOMMUNIKATIONSPLAN HJÄLPA DIG ATT FÅ DEN MEDVETENHET OCH DET ERKÄNNANDE DU BEHÖVER FÖR ATT BYGGA DITT FÖRETAGS FRAMGÅNG.

## MARKNADSFÖRING

- FOKUSERA PÅ PUBLIKEN
- GÖR DET MINNESVÄRT
- ANTÄNDA KONVERSATIONER

## SKAPA EN ONLINE-NÄRVARO

- SKAPA EN E-POSTLISTA
- SKAPA EN WEBBPLATS/ETT SOCIALT KONTO
- UTVECKLA RELATIONER

## VARUMÄRKESIDENTITET

- SKAPA VÄRDE
- VISA VAR MÅLGRUPPEN ÄR
- BLI KREATIV

## FINANSIERING

- VAR HELT TRANSPARENT FÖR ATT BYGGA TROVÄRDIGHET
- KOMMUNICERA OFTA OCH TIDIGT MED VIKTIGA INTRESSENTER
- GÖR FORSKNINGEN & VISA UPP

## ANSLUTER TILL NÄTVERK OCH COMMUNITY

- <https://www.almi.se/en/in-english/>
- <https://www.verksamt.se/web/international/home>
- <https://www.verksamt.se/web/international/services/find-advisors>



# LANSERINGEN

## MILSTOLPEHÄNDELSE

NÄR DU ÖPPNAR DITT FÖRETAG FÖR ALLMÄNHETEN ÄR DET BRA ATT PLANERA ETT EVENEMANG FÖR ATT TA IN INTRESSERADE INTRESSETER SOM DU KAN LÄRA KÄNNA PÅ EN MER PERSONLIG NIVÅ. DET ÄR ETT UTMÄRKT TILLFÄLLE ATT FIRA MÄNNISKOR OCH ORGANISATIONER SOM HAR HJÄLPT DIG ATT KOMMA IGÅNG OCKSÅ.

## SKAPA VERKTYG FÖR ATT MÄTA PRESTANDA

- HUR SKA DU HÅLLA KOLL PÅ VARDAGLIGA UPPGIFTER OCH OPERATIONER?
- SKAPA VERKTYG OCH PROCESSER FÖR ATT HÅLLA KOLL PÅ DIN VERKSAMHET

## BOKFÖRINGSVERKTYG

- TÄNK PÅ DIN ERFARENHET. HAR DU ARBETAT MED ETT BOKFÖRINGSPROGRAM TIDIGARE? OM SÅ ÄR FALLET VAD GILLADE / OGILLADE DU?
- HAR DU INTERNETUPPKOPPLING? MOLNBASERAD PROGRAMVARA OM DEN ÄR ANVÄNDARVÄNLIG, MEN KRÄVER VANLIGTVIS INTERNETÅTKOMST FÖR ATT FUNGERA.
- HAR DU PENGAR ATT BETALA FÖR DEN HÄR APPLIKATIONEN VARJE MÅNAD ELLER SKULLE DU KÖPA DEN I FÖRVÄG?
- TÄNK PÅ INTEGRATION. SKULLE DET VARA ANVÄNDBART FÖR DEN HÄR PROGRAMVARAN ATT INTEGRERA MED VÅRA PROGRAM DU ANVÄNDER?
- FÖRSÖK INNAN DU KÖPER. DE FLESTA LEVERANTÖRER KOMMER ATT ERBJUDA EN 30 DAGARS PROVPERIOD. SE HUR DET HÄR FUNGERAR FÖR DIG.
- OM DU KAN, PRATA MED EN REVISOR FÖR STÖD OCH VÄGLEDNING.

## DELA DIN ERFARENHET

- LÅT PUBLIKEN VETA HUR DET GÅR FÖR DIG
- GAIN INTRESSERAR OCH BYGGER DIN KUNDBAS SKAPA SAMARBETEN OCH EVENEMANG FÖR ATT ENGAGERA PUBLIKEN

## UTVÄRDERINGSPLAN

- UTVECKLA EN KONCEPTUELL MODELL FÖR PROJEKTET OCH IDENTIFIERA VIKTIGA UTVÄRDERINGSPUNKTER.
- SKAPA UTVÄRDERINGSFRÅGOR OCH DEFINIERA MÄTBARA RESULTAT SOM KAN DELAS IN I KORTSIKTIGA OCH LÅNGSIKTIGA.
- UTVECKLA EN LÄMPLIG UTVÄRDERINGSDESIGN. EN LYCKAD UTVÄRDERING BELYSER DEN MEST ANVÄNDBARA INFORMATIONEN OM PROJEKTETS MÅL OCH ÅTGÄRDAR DESS BRISTER.
- SAMLA IN DATA.
- SKAPA EN ANALYS AV DATA FÖR ATT SE HUR DU HAR VUXIT SOM FÖRETAG OCH OMRÅDEN SOM DU KAN FOKUSERA PÅ ATT GÅ VIDARE.



# GRANSKNING OCH UTVÄRDERING



## RECENSERA DIN AFFÄRSPLAN

TA EN TITT PÅ DIN  
URSPRUNGLIGA PLAN  
OCH SE VART DU HAR  
KOMMIT HUR GÅR DET  
FÖR DITT FÖRETAG?

## FÖRSE DIN UTVÄRDERINGSPLAN MED HÄNVISNINGAR

EN TITT PÅ DIN  
EVAKUERINGSPLAN OCH  
CHECKA IN MED DITT  
FÖRETAG VILKA MÅL  
KAN DU SKAPA FÖR  
NÄSTA  
UTVÄRDERINGSPERIOD?



# European Yes!



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



**BIA**  
INNOVATOR CAMPUS



The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein

