Forretningsplan for _____

Hvad er min ide? _____

Hvad er mit produkt?
(Kvalitet, udskæring, mængde og pakning) _____

Værdi for kunderne Hvad skal kunderne have ud af at handle hos mig?	Kanaler til afsætning Gårdbutik, torvesalg, vareture eller …?	Markedsføring Hvordan kommer jeg i kontakt med kunderne?	Samarbejdspartnere Hvor skal dyrene slagtes? Skal jeg søge samarbejde med andre landmænd, butikker, forbrugergrupper?

Inspiration.

I resten af håndbogen finder du viden og ideer, som kan inspirere din udvikling og nuancere din forretningsplan.

Men du kan også få brug for at søge oplysninger andre steder, for eksempel hos Økologisk Landsforening (www.okologi.dk), hos Fødevarestyrelsen (www.foedevarestyrelsen.dk) eller på Erhvervsstyrelsens iværksætterportal, www.startvaekst.dk.

Hvem er mine kunder?

Hvor vil jeg
møde mine kunder?

Udgifter	Indtjening	Finansiering	Love og regler
Hvilke investeringer skal jeg foretage? Hvad er de løbende driftsudgifter?	Hvordan skal mine priser være, og hvilken omsætning skal jeg have?	Hvordan får jeg penge til investeringer og likviditet til driften?	Hvilke krav skal jeg opfylde?

SWOT-analyse for _____

Når du har udfyldt forretningsplanen, kan du slutte af med at opsummere dine styrker og svagheder, muligheder og trusler – en såkaldt SWOT-analyse efter de engelske ord Strengths, Weaknesses, Opportunities og Threats.

I de to øverste felter i SWOT-analysen beskriver du dine egne forhold – altså hvad er din egen/bedriftens stærke og svage sider i forhold til direkte salg?

I de to nederste felter sætter du ord på dine forventninger til, hvad der sker i verden omkring dig – hvilke muligheder er der på markedet, og hvilke udefra kommende trusler skal du være opmærksom på?

Styrker	Svagheder

Muligheder	Trusler