

BIDRAG TILL ÅRETS AFFÄRSPLAN

GÖTEBORGSREGIONEN
2018/2019
POLHEMSGYMNASIET



Vi anordnar naturvårdsprojekt längs den svenska västkusten där vi ihop med skolungdomar städar kuststräckor. Projekten finansieras av företag, organisationer och andra aktörer inom näringslivet.

INNEHÅLL

1 Affärsidé

1 Vi på Kustplockarna

2 Samarbeten

3 Uppdrag

4 Mål & Vision

5 Undersökning

6 Marknad

7 Profilering

8 Ekonomi

9 Aktivitetsplan

10 Tack för oss & underskrifter

AFFÄRSIDÉ

Vi anordnar naturvårdsprojekt längs den svenska västkusten. Skolungdomar städar tillsammans med oss i utbyte mot pengar till deras interna kassor. Projekten finansieras av företag, organisationer och andra aktörer inom näringslivet.



VI PÅ KUSTPLOCKARNA

Simon Roswall, VD

Simon är en driven och utåtriktad person med en blick som inte går av för hackor och han är inte rädd att ta saken i egna händer. Han styr företaget med järnhand men låter ändå alla andra vara med och diskutera och bestämma. Att ta gemensamma beslut och samarbeta för att finna den rätta lösningen är vad Simon föredrar. Detta gör honom till en mycket stark ledare för företaget.



Romeo Sackelius, Ekonomichef

Romeos passion för siffror gör honom till den optimala ekonomichefen. Romeo är ekonomiansvarig för att han har väldigt goda kunskaper inom ekonomi. Han räknar alltid budget och priskalkyl noggrant och ordentligt och är välstrukturerad. Romeos främsta egenskap för företaget är att han alltid tar hänsyn till företagets ekonomiska bästa. Med sina knappa två meter så hoppas han på att vinna priset för årets L Ä N G S T A redovisning.

Axel Lind, Marknadschef

Axel har mycket erfarenhet när det kommer till fotografering, sociala medier och skrivande. Han har lätt för att uttrycka sig. Med Axels egenskap att vara uppfinningsrik bidrar det till den kreativa marknadsföring som företaget utger. Han gillar att planera sitt arbete och är ständigt öppen för nya förslag och idéer. Därför är han en mycket stadigt marknadschef för oss.



Sebastian Spante, Säljchef

Med en knorr som inte går av för hackor och ett brett socialt nätverk. Sebastian är duktig på att hålla kontakten med våra sponsorer och leverantörer. Han är företagets glädjespridare och är därför vårt självklara val som säljchef. Det är den glädje vi vill att våra samarbetspartners ska förknippa med vårt företag.

Viktor Salomonsson, Aministratör & Kommunikatör

Viktor med fötterna på jorden och som en fenomenal strateg. Han är den som ansvarar för det administrativa arbetet på vår arbetsplats och är en betydande del för företaget. Därför har Viktor rollen som vår administratör och kommunikatör.



RÅDGIVARE & HANDLEDARE

RÅDGIVARE

Göran Roos arbetar som föreläsare för företaget Nethouse. Göran är beteendevetare och föreläser om hur viktigt det är med en värdegrundsbaserad företagsskulturer, där medarbetarskapet är präglad av ansvarstagande och bidragsvillighet, för att skapa ett kreativt företagande. Hans goda kunskaper om hur man driver företag med framgång är till stor nytta för vårt företag. Han är inte bara en bra rådgivare utan även en stor inspirationskälla.

HANDLEDARE

Stefan Larsson bidrar med resonemang som hjälper oss att fatta rätt beslut. Han finns där när vi behöver honom och ger oss både utmaningar och råd.



SAMARBETS- PARTNERS

Stort tack till våra samarbetspartners!

RENOVA är ett svenskt företag inom avfallshantering och återvinning, verksam i Västsverige. Genom sponsring av soppåsar och handskar har Renova gjort affärsidén möjlig, vilket vi är väldigt tacksamma för.

FRISTADS är Sveriges största tillverkare av arbetskläder. Genom sponsring av våra jackor har Fristads bidragit med en arbetsklädsel som passar för ändamålet. Vi är tacksamma och kunde inte vara nöjdare.

INTERNET.SE skapar en användarvänlig och snygg webbplats till ditt företag. Genom sponsring av vår hemsida är vi otroligt tacksamma för det de har gjort för oss. Detta har möjliggjort för oss att sprida och dela vår vision och verksamhet.

BARTLEY DESIGN AB är en grafisk byrå med stor kompetens inom grafisk design. Bartley Design hjälper oss med allt grafiskt material och har tagit fram vår fina logga som pryder våra jackor. Vi är otroligt tacksamma för deras hjälp och sponsring.

UPPDRAG

Vi anordnar naturvårdsprojekt längs den svenska västkusten. Skolungdomar städar tillsammans med oss i utbyte mot pengar till deras interna kassor. Projekten finansieras av företag, organisationer och andra aktörer inom näringslivet.

Sträcksponsor

Vid intresse av skolklasser behövs det finansiärer. Vi börjar med att lösa problemet genom att kontakta företag, organisationer och kommuner via mail och telefon för att sedan sälja in projekten. Efter ett startat samarbete börjar marknadsföring av både projektet samt om samarbetet. Innan städning skickar vi en faktura till sponsorn för att sedan kunna betala de skolklasser som städats och vi tackar för ett gott samarbete.

Huvudsponsor

Vid ett huvudsponsoravtal söker vi ett samarbete under hela UF-perioden. Vi startar dock i samma veva genom att kontakta företag och säljer in vår verksamhet. Vid ett påbörjat samarbete kommer vi kontinuerligt att marknadsföra företaget via hemsida, sociala medier och monter. Det kommer vara den främsta faktorn till att vi ska utvecklas till ett framgångsrikt företag. En faktura kommer skickas istället för flera under året, vilket gör det smidigt för ett företag att ingå ett samarbete.

Vi utbildar våra kunder om vår produkt/tjänst för att de ska bli mer motiverade till att bidra till vår verksamhet. Köpprocessen startar oftast med kunskap då våra kunder behöver bli insatta i vår verksamhet innan de kan fatta ett beslut huruvida de vill vara med och sponsra vår verksamhet. Anledningen till att produkten/tjänsten köps av våra kunder är att det innebär en goodwill för deras företag att synas i ett hållbart sammanhang. I och med att våra kunder är sponsorer så innebär det att produkten/tjänsten köps om de nappar på vår affärsidé/företagspitch.



MÅL & VISION

KUSTPLOCKARNA SKALL BLI ETT SJÄLVKLART VAL

Ett av målen med Kustplockarna UF är att det ska vara ett naturligt val för ungdomar att kontakta oss när de söker pengar till sin klasskassa. På samma gång ska det vara ett självklart val för företag att söka sig till oss för att få chansen att synas i ett hållbart sammanhang och ge ungdomar en chans att nå deras drömdestination med klassen eller laget.

MÅL UNDER UF-ÅR 2018/2019

FÖRSÄLNING

Städa vid 16 tillfällen
Få 16 företag som sponsorer
Städa 5 gånger innan 2019

PERSONLIGA

Skapa en tjänst vi är stolta över
Våga ta sig an utmaningar
Uppleva att driva företag

TÄVLINGAR

Årets monter
Årets tjänst
Årets hållbara UF-företag

FRAMTIDSPLANER

Vi vill röra oss från Sveriges västkust och vidare över hela Sverige, sedan Europa och fortsätta att växa tills världen blir en finare och renare plats.

1

Försäljning

Städtillfällen 16 stycken

Försäljningskanaler

Mässa, sociala medier, hemsida,
mail, medier och telefon.

Möjliggörande

Synas i hållbara sammanhang.
Tjäna pengar till klasskassan.

2

Försäljning

Städtillfällen 100 stycken

Försäljningskanaler

Mässa, sociala medier, hemsida,
mail, medier och telefon.

Stark word of mouth.

Möjliggörande

Synas i hållbara sammanhang
Tjäna pengar till klasskassan.
Vi har utvecklat vår USP, Unique
Selling Point.

3

Försäljning

Städtillfällen 1000 stycken

Försäljningskanaler

Mässa, sociala medier, hem-
sida, mail, medier och telefon.

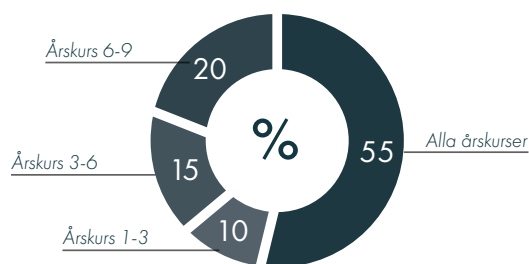
Stark word of mouth.

Möjliggörande

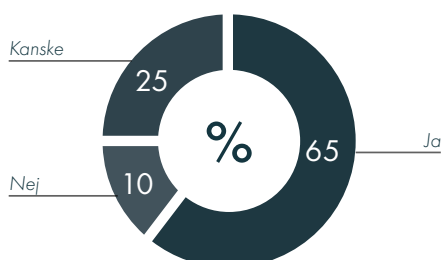
Synas i hållbara sammanhang.
Tjäna pengar till klasskassan.
Utveckla vår tjänst och bli ett
etablerat varumärke som blir
det självklara valet.

UNDERSÖKNING

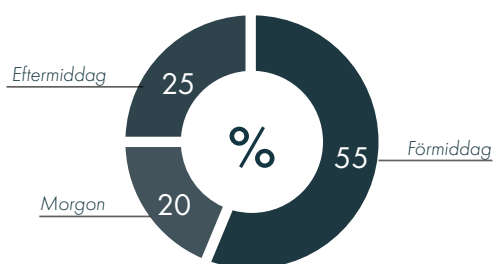
Vi frågade 20 lärare anonymt om deras åsikter om hur vår verksamhet anpassar sig till skolans behov, tid och intresse.



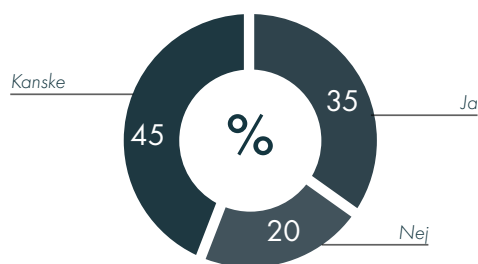
Detta diagram visar vad lärarna svarade på vilka årskurser de tyckte vi ska fokusera på. Majoriteten av de som svarade ansåg att vår verksamhet borde verka i alla årskurser på grundskolor. Detta gjorde att vi är öppna för alla typer av klasser som är intresserade av en städning och utbildning med oss.



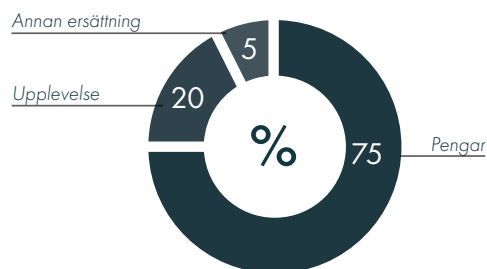
Diagrammet visar procentsatsen på frågan "Skulle ni vara intresserade av en fri utbildning och en halvdag med städning på kusten?". De flesta lärare som svarade på frågan var positiva till den tjänst vi erbjuder och ville vara en del av att lösa de miljöproblem som vi står inför.



För att kunna anpassa städningen till deras tider frågade vi "Vilken tid på dagen passar era elever bäst?". Förmiddag 11-13 var det alternativet som passa de flesta. Motiveringen var att det är mer bekvämt att städa när det är ljus på dagen, lite varmare och skönare för eleverna. Eleverna kan sova ut samt kommer hem och hinner med andra saker på dagen som träningar, plugg och annat som kan vara planerat under eftermiddagen.



Vi ställde frågan om hur lärarna såg på ersättning till klassen. Vissa tyckte att utbildningen gav tillräckligt värde i sig, andra tyckte att det var nödvändigt med en extra morot för att få eleverna mer engagerade och andra var osäkra. Vi drog slutsatsen att det är något som vi ville ge klasserna inte bara som ett tack för hjälpen men också för att skapa mer intresse för elever och lärare att vilja träffa oss och veta mer om vår verksamhet samt mer inom miljö och hållbarhet.



Följdfrågan var vilken typ av ersättning de föredrog. Flertalet lärare ansåg att pengar var den typen av ersättning som var den mest attraktiva. Vi anpassade oss till svaret och drog en slutsats om hur ersättningen ska delas upp. De äldre klasserna som är i behov av pengar till klasskassan för att möjliggöra klassresor av olika slag kommer få ersättning i form av pengar. Lågstadieklasser som inte är i behov av pengar på samma sätt kommer få ersättning genom att vi ger de en bättre upplevelse när de är ute och städar med oss. Vi vill att barn i tidig ålder ska ha minnesvärd tid med oss. Genom att skapa den bästa möjliga upplevelse utifrån våra resurser skapar vi en dag som de sent kommer glömma och därmed etablerar en miljömässig beteendeförändring som varar under en längre tid hos barnen.



MARKNAD



Företaget kommer mest att vara verksamt inom västra Göteborgsregionen, anledningen är att vi som driver företaget bor i det närliggande området och har lätt att transportera oss dit, samt att vi känner till området väl. Vi har god kännedom om kuststräckan och vet var det behövs städas. Vi är öppna för alla klasser som finns inom och i närheten av hela Göteborgsområdet och är glada för alla som är intresserade av att ta del av vår verksamhet. Idag är det en ständigt pågående debatt och diskussion om klimathotet och vad som behöver göras för att förändra framtiden för vår planet, vilket gör att vår idé ligger väldigt bra i tiden.

KUNDER

De som är våra kunder är företag, organisationer och andra aktörer inom näringslivet eftersom det är de som investerar i vårt företag så att vår verksamhet kan gå framåt. Att arbeta inom hållbar utveckling ligger helt rätt i tiden och många är intresserade av att engagera sig för en bättre miljö och renare värld. Detta innebär att vårt företag har goda framtidsutsikter och en ständigt växande marknad. Målet är att vi ska bli det självklara valet för företag som vill synas i samband med hållbar utveckling och för skolklasser som brinner för att bidra till en renare miljö och samtidigt få möjlighet att få ett bidrag till klasskassan och få en oförglömlig dag tillsammans.

KONKURRENTER

- STÄDA SVERIGE
- HÅLL SVERIGE RENT
- STRANDSTÄDARNA

Vi ser inte liknande företag inom branschen som direkt konkurrenter eftersom vi strävar mot samma mål. Men då vi också vill få med klasser att städa så skulle man på så sätt kunna se företag som ej är villiga att samarbeta med oss samt vill få med klasser som våra huvudkonkurrenter. Andra konkurrenter kan vara företag som kontaktar skolklasser för att sälja deras produkter i utbyte mot att de tjänar pengar till sin klassresa. Till exempel ljusförsäljning, korv och tulpaner.

STRENGTHS

- Arbetar i hållbara sammanhang
- Utbildar barn
- UF-företag, något man vill stödja

WEAKNESS

- Oetablerat
- Svårt att bygga upp förtroende
- Litet kontaktnät
- Lågt startkapital
- Tidsbrist

OPPORTUNITIES

- Hållbarhet ligger i tiden
- Viktig fråga för många
- Stort utbud av skolklasser

THREATS

- Lätt idé att kopiera
- Företag som ej vill samarbeta
- Företag erbjuder skolklasser att tjäna pengar

PROFILERING

HUR SYNS VI?

INSTAGRAM

Det är här vi skapar Kustplockarnas image. På Instagram så når vi en stor andel av vår målgrupp. Genom att publicera bilder på vad vi gör skapar vi en "jag vill ha känsla" hos våra följare. Plattformen Instagram öppnar upp många möjligheter för att skapa en enkel dialog med kunderna.



Kustplockarnauf

FACEBOOK

Vi når vår största målgrupp via Facebook, här har bland annat media hittat oss. De som inte har Instagram ser oss via Facebook istället. På denna plattform ges det en mer informativ bild av vårt företag. Här ligger det största fokuset på att förmedla aktuella händelser. Detta har en hög prioritet.



Kustplockarna UF

VÅR HEMSIDA

På vår hemsida får man information om hur vår verksamhet fungerar och om hur miljöhotet ser ut i dagsläget. Man kan även kontakta oss om allt möjligt samt anmäla sin klass om att städa eller sitt företag om sponsring.



kustplockarna.se

MÄSSOR / MARKNAD

Mässor och marknader är inte bara försäljningstillfällen. De ger oss chansen att skapa kunddialoger men även visa upp vår tjänst.

TIDNINGAR / MEDIA

Tidningsartiklar är effektivt för att nå nya kunder. Detta är ett vinnande koncept gällande marknadsföring.

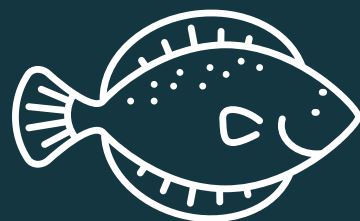
HUR OCH VAR KAN DU KÖPA VÅRA TJÄNSTER?

- På vår hemsida
- Via Mail
- Via telefon
- På mässor & marknader

HUR SER KUNDEN UT?

Vi är ett UF-företag, vilket betyder att i princip alla företag som vill bli partners är välkomna att hjälpa oss att rensa på Västkusten. Det vi strävar efter är att ha företag som delar de visioner och mål som vi har inom miljö och hållbarhet som partners. Att vara vår partner innebär att man på det ena eller andra sättet kommer att kunna erbjuda oss något. Antingen i form av finansiering av städprojekt eller stå för driftkostnader som handskar och påsar.

EKONOMI



RESULTATBUDGET

INTÄKTER

Omsättning	61 300 kr
Totala intäkter	61 300 kr

KOSTNADER

Fika	3 000 kr
Utbildningsunderlag	2 500 kr
Marknadsföring	4 500 kr
Ersättning klasser	40 000 kr
UF-registrering	300 kr
Totala kostnader	50 300 kr

PRISKALKYL/STÄDNING TOTALT

Ersättning	2 500 kr
Fika	150 kr
Utbildningsunderlag	350 kr
Kostnad städning	3 000 kr/klass

Resultat 11 000 kr

LIKVIDITETSBUDET

	okt	nov	dec	jan	feb	mar	apr	maj
INGÅENDE BALANS	0	1 300	7 300	13 300	16 800	15 300	11 800	11 300
INBETALNINGAR								
<i>Sponsorpengar</i>	1 000	10 000	10 000	20 000	20 000	20 000	20 000	0
<i>Riskkapital</i>	300	0	0	0	0	0	0	0
SUMMA INBETALNINGAR	1 300	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	0
UTBETALNINGAR								
<i>Ersättning klasser</i>	0	2 500	2 500	5 000	10 000	10 000	10 000	0
<i>Fika</i>	0	500	500	500	500	500	500	0
<i>Utbildningsunderlag</i>	0	500	500	500	500	500	0	0
<i>Marknadsföring</i>	0	500	500	500	500	2 500	0	0
<i>Återbetalning riskkapital</i>	0	0	0	0	0	0	0	300
SUMMA UTBETALNINGAR	300	4 000	4 000	6 500	11 500	13 500	10 500	0
INBETALN./UTBETALN.	1 000	6 000	6 000	3 500	-1 500	-3 500	-500	300
UTGÅENDE BEHÅLLNING	1 000	7 300	13 300	16 800	15 300	11 800	11 300	11 000



AKTIVITETSPLAN

	sep	okt	nov	dec	jan	feb	mar	apr	maj
UF Registrering	●								
Affärsplan	●								
Utveckling av utbildning	●	●	●						
Mässor				●			●		
Städning			●			●	●	●	
Logotyp	●	●							
Marknadsundersökning		●	●	●					
Kontakt samarb. partners	●	●	●	●	●	●	●	●	
Sociala Medier	●	●	●	●	●	●	●	●	
Årsredovisning								●	●
Aveckling									●

Vi vill röra oss från Sveriges västkust och vidare över hela Sverige, sedan Europa och fortsätta att växa tills världen blir en finare och renare plats.

TACK FÖR OSS!



UF-FÖRETAGETS UNDERSKRIFTER

Göteborg 19 november 2018

Simon Roswall

Romeo Sackelius

Axel Lind

Sebastian Spante

Viktor Salomonsson