



Handbok för företagaren som vill växa

- Hälsosamt

Innehållsförteckning

Inledning

Så planerar du din tillväxtfas

Så får du bättre koll på din ekonomi

Hur kan du finansiera din tillväxt?

Jobba effektivt med marknadsföring
och merförsäljning

Ta in rätt hjälp utifrån - att tänka på

Sammanfattning

Inledning

Att starta och driva ett företag är ofta väldigt spännande och utvecklande. Men det kommer att dyka upp utmaningar på vägen som du måste ta dig an för att fortsätta framåt. Dessa utmaningar är inte omöjliga att lösa, men det underlättar om du är väl förberedd och rätt rustad inför dem.

Med hjälp av tre experter inom företagande har vi skapat den här handboken för dig som antingen har påbörjat din tillväxtresa eller som står på språngbrädan för att ta nästa steg i ditt företags utveckling. Den innehåller bland annat praktiska tips och råd för hur du får full koll på din ekonomi, en vanlig utmaning för många företag som vill växa. I handboken hittar du även de fem viktigaste frågorna att besvara när du skapar din tillväxtplan och vilka hjälpmedel du kan använda dig av för en lyckad tillväxtresa.

Det finns många vägar till framgång, och även om det ibland kan kännas kämpigt - ge inte upp! Vi vill att det ska vara roligt att driva företag. Med vår långa erfarenhet inom kredithantering vet vi vad som är viktigt för att företag ska växa hälsosamt. Därför har vi skapat den här handboken som vi hoppas ska ge dig en bra guidning och hjälp på vägen för att lyckas med din tillväxt.

Lycka till!





Så planerar du din tillväxtfas

Planering är en av de viktigaste faktorerna för framgång. Utan en vision och en tillväxtplan är det väldigt svårt att veta vart du är på väg, och kanske framför allt hur du ska ta dig dit. Din planering bör därför vara grundlig, det kommer att vara till stor hjälp för att undvika eventuella problem i ett senare skede.

Ibland kan det dock vara svårt att veta var du ska börja. Vilket steg ska du ta först och hur ska planen se ut? I det här kapitlet tittar vi närmare på några saker som är bra att tänka på och hur du konkret går tillväga när det är dags att planera din tillväxt.

Börja med ditt "varför"

Först och främst är det viktigt att du frågar dig själv *varför* du vill växa och vilka dina ambitioner är. Är det viljan att tjäna mer pengar

som är den största drivkraften? Är tillväxten en nödvändighet för att överleva på en allt tuffare marknad? När du har svaret på varför blir planeringen genast mycket lättare. Se även till att ha en konkret vision och mål för din tillväxt. Det är betydligt enklare att nå dit du vill när det finns ett tydligt mål att sträva mot och en plan för hur du ska nå dit.

För att lyckas så bra som möjligt med din planering finns det några saker som är extra viktiga att tänka på.

Här är fem viktiga frågor som är bra att besvara innan du skapar din tillväxtplan:

Hur ska du finansiera tillväxten?

Alla företag behöver finansiering i olika stadier av utvecklingen, och det finns flera tillvägagångssätt för att få kapital (läs mer i kapitlet "Hur kan du finansiera din tillväxt?"). Du bör tidigt bestämma hur du tänker finansiera de kostnader som är förknippade med din tillväxt.

Hur ska du växa?

Har du en fysisk butik idag och vill starta upp en webbshop? Kanske vill du utöka antalet butiker eller anställda konsulter som jobbar på ditt företag? Beroende på vilken bransch du är i och hur just ditt företag ser ut idag, finns det olika anledningar och möjligheter att växa. Men oavsett bransch, behöver du ha klart för dig hur ni ska gå tillväga.

Eventuella risker?

En tillväxtresa kan medföra vissa risker. Genom att ha koll på dessa risker och vilka konsekvenser de kan medföra för ditt företag kommer du vara bättre rustad om eller när de dyker upp.

För att få en bra överblick över vilka dessa risker kan vara, bör du skapa dig en bild av företagets nuvarande situation och identifiera de eventuella risker som finns. Fundera även på olika scenarios som kan inträffa och hur dessa kan komma att påverka dig och ditt företag.

Hur ser marknaden ut?

Se till att ha en tydlig bild över de marknader du ska försöka nå ut till. Hur ser konkurrenssituationen ut? Vilka potentiella kunder ska du försöka nå? Vilken plats vill du ta? Har du koll på detta blir vägen för att uppnå målet oerhört mycket enklare.

Vilken hjälp kommer du att behöva?

Beroende på hur just ditt företag och din erfarenhet ser ut, finns det olika alternativ för support och hjälp. Ett alternativ kan vara att ta hjälp från en tredje part för att sköta vissa delar. Det kan till exempel handla om att ta hjälp med fakturering, juridik eller marknadsföring.



Mentorskap

Mentorskap är ett annat exempel som kan vara till stor hjälp i dina tillväxtplaner. En mentor ska vara en person som du känner att du har förtroende för, som själv driver eller har drivit företag och som du kan bolla idéer och tankar med. Det kan vara bra om din mentor har varit kund hos dig eller någon av dina konkurrenter, i de fall du vill diskutera fördelar och nyttan med dina produkter och/eller tjänster samt varför kunder vill anlita ditt företag.

– Egentligen är det bra att ha stöd av en mentor hela vägen från att du startar ditt företag och genom hela tillväxtresan. Det måste också vara någon du känner förtroende för, som du kan bolla idéer och tankar med. Din mentor måste inte ha erfarenhet inom samma bransch som du men det är bra om mentorn har haft företag i samma storlek som ditt, säger Erik Sjölander.



Erik Sjölander är fiskerikonsulent och äger företaget Fisk- och Vattenvård AB. Han var även med och bildade Småföretagarnas Riksförbund 2010, där han länge suttit i styrelsen och främst varit ansvarig för näringspolitiska frågor. En stor uppgift i den rollen har varit att träffa riksdagspolitiker och högre statliga tjänstemän för att försöka få dem att förstå vikten av företagande i Sverige.

”Att leda ett mindre företag kan ibland kännas ensamt. Vänner kanske inte har den erfarenhet som behövs för att kunna stödja dig i ditt företagande, då kan en mentor vara en utmärkt lösning.”

Erik Sjölander, Fiskerikonsulent och ägare av Fisk- & Vattenvård AB



Så får du bättre koll på din ekonomi

För att kunna prioritera rätt och ta bra beslut inför och under en tillväxtfas behöver du ha koll på ekonomin i företaget. Det kan däremot vara en utmaning för många som äger ett mindre företag att få ekonomin att gå ihop. I det här kapitlet tittar vi därför närmare på några saker som är bra att tänka på för att ha koll på ekonomin.

Se över din likviditet

Likviditeten är ett mått på din kortsiktiga betalningsförmåga som i sin tur är en viktig indikation på hur stabilt ditt företag är. Det är även en indikation på hur väl rustad du är för att klara olika situationer som snabbt kan dyka upp. Till exempel visar en god betalningsförmåga att du kan betala dina skulder inom utsatt tid.

Det finns några faktorer som är extra viktiga för att skapa god likviditet:

Lagringstid - Sträva alltid efter att lagerhålla dina varor så kort tid som möjligt.

Kundkredittid - Försök att alltid hålla en kort kredittid, det vill säga betalningstid, som möjligt till dina kunder.

Leverantörskredittid - Eftersträva alltid att få så lång tid som möjligt på dig att betala dina leverantörer.

Håll koll på kassaflödet

Att ha koll på kassaflödet är otroligt viktigt, vilket du säkert redan är väl medveten om. Ett dåligt kassaflöde påverkar likviditeten och resultatet över tid. Även om du gör en riktigt bra kalkyl över vad din satsning kommer att kosta, så är det smart att ändå räkna med att det kommer bli dyrare än vad kalkylen visar.



– Räkna med att dina satsningar kommer kosta dubbelt så mycket och kommer ta dubbelt så lång tid. Genom att göra en högre uppskattning kan du känna dig lite säkrare, tipsar Erik Sjölander.

Han fortsätter:

– För att kunna ha kontroll bör du kontrollera ditt kassaflöde dagligen. Så fort en kund inte betalar i tid är det viktigt att direkt ta reda på varför du inte har fått betalt.

Att få betalt i tid för produkter och tjänster som du levererat är A och O för din likviditet.

Har du lagt ned mycket tid och resurser på en större leverans och betalningen blir försenad eller uteblir kan du få stora problem. I detta fall kan du behöva vidta åtgärder för att komma vidare.



Här är fyra exempel på åtgärder i den situationen:

- Ordna ett kortfristigt lån
- Belåna fakturan
- Sälja fakturan
- Få kredit hos en bank

Detta gäller om större fordringar uteblir eller betalas för sent och du inte har tillräckligt med likvida medel för att betala dina kortfristiga skulder. Om du upptäcker att enstaka fakturor inte betalas i tid bör du snarast kontakta kunden. Om du ändå inte får betalt bör du skicka en påminnelse, antingen själv eller via extern partner.

Att ha koll på likviditeten och kassaflödet är viktigt för att ha en god cirkulation i företaget. Med bra fakturerings- och uppföljningsrutiner kan du skaffa dig den kontroll du behöver. Genom bra rutiner och processer minskar risken för att du hamnar i situationer där pengarna är slut när löner och fakturor ska betalas. Ett alternativ kan vara att anlita ett externt företag för att sköta några av dessa delar, så att det får rätt fokus.

Hur kan du finansiera din tillväxt?

Idag finns det många alternativ för hur du som företagsägare kan söka finansiering. Om du är duktig på att hålla dina kostnader nere, alltid fakturerar i tid och har bra koll på din ekonomi överlag har du stora möjligheter att få finansiering.

– Utestående fakturor är en tillgång som är mycket värda. Även om du inte själv kan betala dina räkningar med dem, så finns det andra med bättre kassaflöde som du kan belåna eller sälja dem till. Om du kan visa upp i din bokföring att du har ett välmående företag så finns det många kreditgivare som kan tänka sig att ge krediter, säger Pål Brattberg.

I lönsamma företag finns ofta ett större betalningsöverskott och då kanske det går att finansiera kapitalbehovet med eget kassaflöde men som nystartat företag kan det vara svårare.

Här är fem tips för hur du kan få finansiering:

Lån

I vissa fall kan ett lån vara en bra lösning. Om du tar ett lån är det oerhört viktigt att kontrollera vilka villkor som gäller från leverantörens sida. När det kommer till lån gäller det nämligen generellt att vara uppmärksam, räkna på totalkostnaden och se vad du binder upp dig på för att minska risken att det blir för kostsamt i slutändan.

Factoring

Om du har många fakturor som ligger obetalda ute hos dina kunder kan factoring vara ett alternativ för att få loss kapital. Det innebär att du säljer eller belånar dina fakturor till en bank eller finansbolag och på så sätt får kapital som du kan använda till din expansion.



Pål Brattberg är vd på SpeedLedger, ett svenskt, snabbväxande mjukvaruföretag som erbjuder bokförings- och faktureringsprogram till Sveriges småföretagare och föreningar.

Crowdfunding

Crowdfunding innebär att du kan få finansiering för din tillväxt genom förskottsbetalning från privatpersoner eller andra intressenter. Om du vill finansiera med hjälp av crowdfunding behöver du vara helt transparent med dina planer. För att du ska kunna ha en bra relation med dina investerare är det viktigt att de är fullt informerade om vad som händer, både när det kommer till glädjande och mindre glädjande nyheter.

Bonustips! Det är viktigt att bjuda in investerare på ett sätt som övertygar dem. Lägg därför ordentligt med tid på att göra en riktigt bra presentation som kan övertyga dem om varför de ska satsa pengar på just dig och ditt företag.

Bidrag

Det kan vara klokt att undersöka om du och din verksamhet kvalificerar sig för olika bidrag och stöd från myndigheter. Till exempel så finns det

bidrag för dig som gör satsningar som är bra för miljön, eller för dig som verkar på en mindre ort och bidrar till utveckling av glesbygden. Ta reda på vad som gäller för din bransch och om det finns något bidrag som verksamheten är kvalificerad för.

Affärsänglar

Att använda sig av en affärsängel innebär att du tar hjälp av någon som har erfarenhet av företagande men även har kapital. Ett vanligt förfarande brukar vara att personen köper in sig på en del i företaget men även stöttar med idéer och kunskap som kan hjälpa företagets utveckling. Men för att lyckas skaffa en affärsängel behöver planering och förarbete vara noggrant utfört. Börja med att ta reda på vad du behöver kapital till, hur mycket och vilken kompetens som behövs. Om du har full koll på detta är det lättare att hitta rätt affärsängel för just ditt företag.





Jobba effektivt med marknadsföring och merförsäljning

Om du har bestämt dig för att växa är det viktigt att på allvar börja tänka på marknadsföring och försäljning. Det kanske känns uttjatat men det är lätt att glömma bort när man driver ett mindre företag. Du kanske har en nära relation med dina befintliga kunder och har en trogen kundkrets idag. Men för att dubbla eller trippla (eller mer) antalet kunder måste du tänka på hur du marknadsför dig.

Många företag ser sin marknadsföring som ett "dyrt och nödvändigt ont" och tänker att det räcker med att köpa en annons i lokaltidningen, sätta upp en skylt ute vid vägen eller köpa några annonser online, men det gör det tyvärr inte. Om du vill växa så måste dina potentiella kunder inte bara vara medveten om dig, utan även anlita dig, när de behöver en vara eller tjänst som du erbjuder. Men ännu bättre är det om dina potentiella kunder förstår nyttan med ditt erbjudande, så att de anlitar eller handlar av dig utan att de från början hade behovet.

"Fundera på om och hur du kan få ditt erbjudande att sticka ut på något sätt. Till exempel genom att leverera på ett annat sätt än dina konkurrenter eller hitta något unikt som din produkt eller tjänst har. Det behöver inte vara unikt i världen, men i alla fall på din lokala marknad."

Pål Brattberg är vd på SpeedLedger

Pål säger också att det inte alltid behöver vara så svårt att sticka ut från konkurrenterna som det kanske låter.

– Bara en sådan enkel sak som att du och dina kollegor alltid är trevliga, glada och bemöter era kunder med ett leende kan vara en konkurrensfördel som gör underverk.

Syns där dina kunder och potentiella kunder finns

Kunder och potentiella kunder söker i allt större utsträckning information på nätet om vad de ska köpa eller vilka de ska anlita. Ett tips är därför att du lär dig hur digital marknadsföring och marknadsföring via sociala medier fungerar. Genom att använda kanaler som Google, Facebook och LinkedIn på ett bra sätt kan du snabbt få stor spridning till en rimlig kostnad. Det betyder inte att du alltid måste vara online och göra uppdateringar, men fundera på vad som kan vara intressant för din målgrupp att läsa om och vad de söker efter på Google. Börja med att fokusera på det och gör uppdateringar eller köp sökord som ger bra effekt. Känner du dig osäker kan det vara klokt att ta hjälp av en konsult.

Planera din försäljning och marknadsföring

De första stegen för att lyckas med din merförsäljning och marknadsföring är att sätta en plan för hur du ska gå tillväga samt jobba proaktivt. Börja med att fundera på vad dina nuvarande kunder kan tänkas behöva i framtiden och se över om det är något du kan erbjuda. Även i dessa fall kan det vara bra att ha en mentor som kan hjälpa dig att bolla tankar och strategier samt dela med sig av sin egen erfarenhet på området.

Merförsäljning är ofta kärnan till framgång

Merförsäljning, det vill säga att du säljer mer till befintliga kunder, är viktig för din lönsamhet men även försäljning till nya kunder är viktigt för att kunna växa. Det är vanligt att företag främst fokuserar på det sistnämnda, men om kunderna sedan lämnar dig så växer företaget inte på ett optimalt sätt och det finns risk för att tillväxtkurvan stannar av. Därför är det minst lika viktigt att fortsätta bearbeta de kunder som redan finns i din kundbas för att få en stabil tillväxtkurva. Försök hitta nya behov eller problem hos dina kunder som du kan lösa.



”Underskatta aldrig vikten av att sälja mer till dina befintliga kunder. Har du haft en nöjd kund, även om det var för ett år sedan, så sträck ut en hand till dem igen. Fråga om det finns något mer du kan hjälpa dem med. Man vet aldrig, i nästan alla branscher finns det möjligheter till merförsäljning. Har du hanterat den tidigare relationen bra så finns det stor möjlighet för att sälja igen.”

Pål Brattberg, vd SpeedLedger



Ta in rätt hjälp utifrån – att tänka på

Tidsbrist är en ständigt återkommande utmaning för många företagsägare. Därför är det klokt att anlita extern experthjälp i vissa fall, för att inte kunder och utvecklingsplaner ska bli lidande. Som ägare behöver du fokusera på rätt saker, nämligen din kärnverksamhet.

Det kan vara klokt att lägga ut delar som bokföring, påminnelse- och fakturahantering till extern part. På detta sätt får du bättre struktur, frigör mer tid och inte minst bättre likviditet då risken för att fakturor blir liggande minskar.

Att ta in extern hjälp kostar pengar, men ofta kan det du tjänar på att ta hjälp vara mer värt än vad det kostar. Inte minst eftersom du kan lägga tid på det du är bra på och som är anledningen till att du driver företaget, istället för uppgifter som du kanske inte har erfarenhet av

– Fundera på vilken kompetens du behöver och om du har rätt personer på rätt plats för att klara nästa steg. När det är klart behöver du fundera på hur du ska få tillgång till rätt kompetens. Ska du anställa ny personal, anlita en konsult eller utbilda befintlig personal? Våga också göra omställningar och eventuella nedskärningar om ekonomin kräver det, tipsar Titti Johansson.

Hon fortsätter:

– Ett mindre företag behöver kanske inte en styrelse i ett första skede. Vad du däremot behöver är någon som du kan bolla idéer och tuffa frågor med. Vi har nämnt vikten av en mentor tidigare, men det kan också mycket väl vara ett nätverk, starta-företag-organisationer eller liknande. Erbjud gärna att du själv kan ta på dig ett mentorskap för att dela med dig och samtidigt få möjlighet att utbyta erfarenheter mellan varandra.



Titti Johansson har lång erfarenhet av bank- och finanssektorn, bland annat från Lowell i Sverige. Hon har även drivit företag inom detaljistledet.



Definiera syftet med att ta hjälp

Oavsett om hjälpen du får är gratis, kostar pengar eller om det sker genom ett byte av tjänster, behöver du definiera syftet med att ta hjälp.

– Man bör alltid fråga sig varför man gör saker. Tar jag in hjälp för att sälja mer? Gör jag det för att knyta viktiga kontakter? Gör jag det för att jag har ett rejält problem nu som jag behöver lösa? Ett bra tips är att identifiera och skriva ner varför ett visst partnerskap eller hjälp utifrån är relevant för dig. Fundera även på vilka effekter eller påverkan det skulle kunna få för dig och ditt företag om du inte skulle ta in den aktuella hjälpen utifrån, tipsar Pål Brattberg.

När du väl har definierat ditt syfte och har beslutat dig för att extern hjälp är den bästa lösningen är det dags att börja leta efter leverantörer som kan hjälpa till.

– Ett tips är att undersöka och försöka hitta minst två leverantörer att jämföra mellan och utvärdera. Det behöver inte vara komplicerat och kan handla om saker som kostnader, hur det känns att samarbeta med den partnern och varför de vill göra affärer med dig, säger Pål.

– Var inte rädd för att utmana dig själv. Se problem som möjligheter att upptäcka och prova nya arbetssätt, avslutar Titti Johansson.

Sammanfattning

Vi vill att det ska vara roligt att driva företag men är medvetna om att det ibland kan dyka upp utmaningar på vägen. Vi har därför skapat den här handboken som ger dig praktiska tips och råd för hur du kan lösa eventuella utmaningar som dyker upp under din tillväxtresa.

Tid är en ständig bristvara för företagsägare, vilket ställer höga krav på bra planering och ett effektivt arbetssätt. Andra viktiga faktorer för att lyckas med din tillväxt är att ha stenkoll på ekonomin samt vara medveten om vilka risker som kan dyka upp längs vägen. I handboken hittar du bland annat olika alternativ för hur du kan finansiera din tillväxt, hur du kan använda mentorskap som hjälp i din tillväxt och vad du behöver tänka på när du tar hjälp utifrån. Vi har också listat fem viktiga frågor att besvara när du planerar din tillväxt och med hjälp av experter tittat på varför det är viktigt att jobba effektivt med marknadsföring och försäljning.

Vi hoppas att handboken har gett dig många bra tips och insikter för hur du ska växa ditt företag på ett hälsosamt sätt!



Ett stort tack till de personer som har ställt upp på intervjuer till den här e-boken:

Erik Sjölander, Näringspolitisk talesperson, Småföretagarnas Riksförbund

Pål Brattberg, vd, SpeedLedger

Titti Johansson

Lowell.se
0771-85 62 05
klient@lowell.com