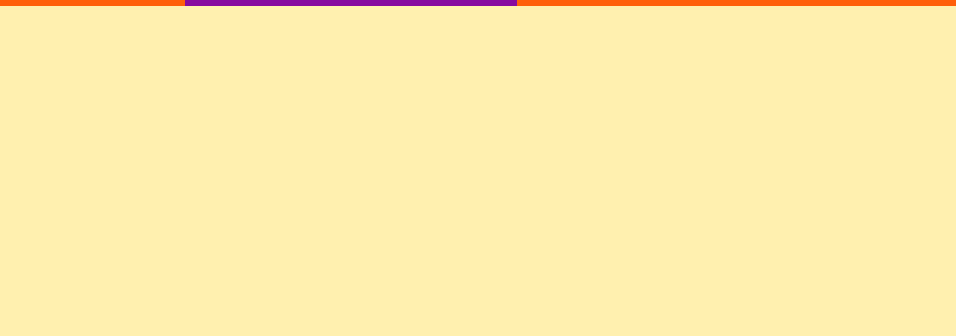


Startguiden

Starta eget på rätt sätt



almi

Introduktion

Så du vill starta företag? Kanske har du en grym affärsidé eller så är det livsstilen du söker. Kanske vill du driva eget eller så vill du ta över världen. Oavsett vilket, grattis. Du har en riktig resa framför dig! Det finns lika många sätt att vara företagare på som att vara anställd. Du kan sälja produkter eller tjänster och du kan göra det till företag eller privatpersoner.

Du kan verka i Sverige eller utomlands och på nätet eller i fysisk butik. Du kan producera, distribuera, sälja, skapa, importera, exportera och konsultera. Vissa saker är dock viktiga för alla nyblivna företagare, och i den här guiden berättar vi om dem. Här går vi igenom allt du behöver veta för att få en framgångsrik start på ditt företagande.

Innehåll

Del 1: Innan du startar	4
STEG 1 – Släpp tvivlen	5
STEG 2 – Testa din idé och dig själv	6
STEG 3 – Börja sälja på en gång	7
STEG 4 – Gör en realistisk budget	8
STEG 5 – Fundera på finansieringen	9
STEG 6 – Välj rätt företagsform	11
STEG 7 – Döp ditt företag	13
STEG 8 – För er som startar företag ihop	14
Del 2: Starta företag – och allt runtomkring	15
STEG 1 – Dags att registrera ditt företag	16
STEG 2 – Ta in hjälp med bokföringen	17
STEG 3 – Behöver du ett patent?	18
STEG 4 – Behöver du anställa?	20
Del 3: Skaffa kunder	21
STEG 1 – Marknadsför dig och skaffa dina första kunder	22
STEG 2 – Sätt rätt pris på din produkt	24
STEG 3 – Så skaffar du stamkunder – och behåller dem	26

Del 1

Innan du startar

I dag kan du enkelt starta företag online, och du behöver knappt tänka efter innan du kör igång. Men om du vill bygga ett företag som verkligen fungerar är det bra att göra lite förarbete ändå. Här går vi igenom hur du testar dig själv och din idé, sätter en budget, löser finansieringen, hittar på ett bra företagsnamn och mycket mer.

STEG 1:

Släpp tvivlen

Man läser ofta om hur svårt och tufft det är att starta och driva företag. Allt är krångligt, allt försvinner i skatt och man måste jobba dygnet runt. Glöm det, de senaste åren har det faktiskt blivit mycket bättre. Titta bara på dessa siffror och jämförelser.

Krångligt och svårt? Nej!

Sverige är faktiskt bäst i världen på företagande. Enligt tidningen Forbes är Sverige det bästa landet i världen att driva företag i. För 10 år sedan låg vi på plats 17. EU rankar också Sverige som det mest innovativa landet i unionen.

Allt går i skatt? Nej!

Fram till 1989 var bolagsskatten i Sverige förvisso 52 procent, men i dag är den 22 procent. Och om regeringen får som den vill ska den sänkas ytterligare. Skatteregler förändras ju ständigt, men för närvarande kan också Sveriges aktiebolag ta ut en viss aktieutdelning till bara 20 procent skatt, beroende på företagets totala lönesumma. Detta gör att det totala skattetrycket på småföretagen sänks ytterligare.

Jobba dygnet runt? Nja!

Undersökningar visar förvisso att företagare i snitt jobbar mer än anställda. Men i gengäld kan många styra sin arbetstid och jobba med något de själva valt.

Det är tufft att gå runt? Nej!

1992 gick nästan 19 000 svenska företag i konkurs. Men sedan dess har siffrorna stadigt sjunkit. Förra året ansökte 5 800 företag om konkurs, allt en knapp tredjedel jämfört med för 25 år sedan. Detta trots att det startas tre gånger fler företag per år i dag än i början av 1990-talet. Så nej, att det är svårt att gå runt är en gammal sanning som inte längre stämmer.

Modern teknik har också gjort det mycket enklare att starta företag och bokföra samt att vara mobil och anträffbar. Men att driva företag är fortfarande en utmaning, det kommer det alltid att vara. Det ligger liksom i sakens natur och är en del av tjuvningen. Som företagare är du ju ytterst ansvarig för att det kommer in pengar, att skatter betalas i tid och att kunderna är nöjda. Det är spännande men också ett stort ansvar. Så fundera gärna på om företagarlivet är en tillvaro du skulle trivas i – men låt inte andra avskräcka dig. Läs vidare här i guiden hur du startar ditt företag på rätt sätt, så att du kan känna dig så trygg och redo som möjligt.

STEG 2:

Testa din idé och dig själv

De flesta företag börjar med en affärsidé. Ibland är den ny och innovativ och ibland handlar det bara om att säga upp dig och göra samma sak med dig själv som chef. Oavsett vilken din idé är så är det klokt att testa den på olika sätt samt att lära känna dig själv, din bransch och dina konkurrenter. Det gör du så här.

Varje ny företagare har ställt sig frågan "Kommer det här verkligen att fungera?" Och riktigt säkert kan du aldrig vara förrän du är i skarpt läge, med en reell produkt eller tjänst. Lyckligtvis finns det många sätt att testa dina idéer innan du gör stora investeringar eller säger upp dig från din anställning.

Gör en affärsplan

Att skapa en affärsplan handlar egentligen om att svara på viktiga grundfrågor kring ditt företag. Vem ska handla av dig och varför, hur ska du tjäna pengar, var ska du sälja dina produkter, vilka är dina konkurrenter, hur långt har du kommit om fem år och så vidare. Det kan låta som ett stort arbete och det kan det vara – men det är ack så viktigt. Förr eller senare i ditt företagande kommer nämligen alla dessa frågor att bli aktuella, för dig själv, för kunder eller för investerare. Om ni är flera som startar företag tillsammans är det om möjligt ännu viktigare att diskutera dessa frågor och se till att ni tycker lika.

På Verksamt.se finns det en mycket bra digital affärsplansmall. Du hittar den här.
<Länk till <https://www.verksamt.se/alla-e-tjanster/skapa-affarsplan>>

Träffa dina framtida kunder

Som nyföretagare har man sällan möjligheten att genomföra en stor marknadsundersökning, det är alltför kostsamt. Men inget hindrar dig från att göra en egen, så gå ut och möt dina potentiella kunder. Fråga dem om det du erbjuder är en bra produkt

och om de skulle betala dig för att leverera den. Den sista frågan är viktig – få skulle säga nej till något som är gratis. Men för att ditt företag ska bära sig måste du veta vad kunder är beredda att betala för det du säljer. Lyssna noga på dina kunder – men kom ihåg att även de kan ha fel. Vem skulle ha sagt att de ville köpa gångstavar för 30 år sedan? Ändå har miljontals par gångstavar sålts i världen de senaste åren. Ibland är det helt enkelt svårt att få människor att förstå att de vill ha din produkt eller tjänst.

En annan smart väg till kunskap är att prata med intresseföreningar inom den bransch du kommer att ge dig in i. Där kan du ofta få reda på prisbilden för den vara eller tjänst du erbjuder, så att du vet hur mycket du behöver sälja för att gå runt. Dessutom kan du skapa dig en bild av hur konkurrensituationen ser ut på marknaden.

Läs mer om att göra en marknadsundersökning hos Verksamt.se <länk till <https://www.verksamt.se/starta/marknadsfor-ditt-foretag/din-marknad>>

Testa familjen också!

Om du har familj så kommer även de att påverkas av ditt företag. Ekonomin kan bli ansträngd och din respektive kan behöva ta ett större ansvar hemma eftersom företaget kan ta upp mycket tid – framför allt i början. Se till att hela familjen stödjer idén och att de faktiskt förstår vad dina företagplaner kommer att innebära.

STEG 3:

Börja sälja på en gång

Ok, du kanske inte ens har sagt upp dig än, och du har inga produkter att sälja, men börja sälj ändå. Ingen egenskap är viktigare för en företagare än att kunna sälja, så börja öva. Här är några oslagbara säljverktyg för nybörjare.

Försäljning är A och O för alla företag, och småföretagare är inget undantag. Faktum är att Sveriges småföretagare måste sälja både sig själva och sina produkter och tjänster varje dag, och de som är bäst på att sälja kommer snart att driva de mest framgångsrika företagen. För många är själva säljdelen dock ett nödvändigt ont – det var ju inte för att bli säljare man startade företaget. Lyckligtvis finns det knep som gör att du kan sluta sälja och låta kunden börja köpa i stället. Här är fem olika verktyg, mentala och praktiska, som du ska ha i din verktygslåda.

Hattverktyget

Det här är ett mentalt knep för att motivera dig själv att sälja mer. För många småföretagare minskar engagemanget när det finns pengar i kassan, och ökar först när det är dags att betala kvartalsmomsen. Om det är så för dig så har du fastnat med anställdhatten på. Ta av dig den och sätt på dig riskkapitalisthatten – se dig själv som någon som investerat tid och pengar i ditt företag. Vilket du ju också har, minst sagt. Hur skulle du då vilja att din försäljning sköttes? Glöm aldrig att det som är bäst för dig som anställd är inte alltid samma sak som vad som är bäst för företaget.

Paketeringsverktyget

Säljer du din tid eller säljer du produkter? Sluta upp med båda två och börja sälja kundnytta i stället. Knepet är att paketera det du säljer utifrån vad kunderna köper. McDonalds producerar hamburgare, men de säljer glada barn och lugn och ro till föräldrarna. När du förstår, på riktigt, vad det är dina kunder köper så kan du både sälja mer och höja dina priser. För trots att 10 timmars konsulttjänster kanske generellt sett kostar 10 000 kronor, kan ett löst problem vara värt det dubbla för din kund.

Merförsäljningsverktyget

Vanligtvis utför du ett uppdrag och när det är klart så är det klart. Vill du göra fler jobb för kunden så måste du ofta sälja in dig själv och dina tjänster på nytt. Men så behöver det inte vara. Genom något så enkelt som att låta uppföljningsmöten ingå i ditt tjänstepaket så är den delen redan avklarad. Kunden har ju till och med köpt mötet och skulle bli upprörd om det inte blev av. En extra fördel med dessa möten eller workshops är att de inte känns som säljmöten – ni träffas ju för att följa upp det förra projektet. Men i det ingår så klart också att diskutera vidare behov och framtiden.

”Bara fråga-verktyget”

Det är lätt att tro att dina kunder ringer så fort de behöver dig. Men ofta är de stressade, glömmar bort och försöker göra jobbet själva i stället. Så ring dina kunder och fråga om de har några uppdrag till dig. Dels gör du dig påmind, dels kommer du troligen att få några uppdrag på kuppen. Och troligen kommer några att bli väldigt tacksamma för att du ringer upp och avlastar dem i deras stressade vardag.

Tänk större-verktyget. Det finns flera sätt att enkelt sälja mer. Ofta jobbar du till exempel bara med en avdelning på ett större företag. Troligen finns det fler avdelningar som kan behöva din hjälp, och eftersom du redan är ”inne” på företaget så är det lätt att bli rekommenderad vidare. Ett annat sätt att tänka större är att följa dina kontakter när de byter arbetsplats, och på så sätt få in foten på ytterligare ett företag.

STEG 4:

Gör en realistisk budget

Vad krävs för att ditt företag ska gå runt eller till och med tjäna pengar? Hur mycket pengar behöver du för att komma igång, antingen för att investera i företaget eller för att klara dig under en uppstartsperiod? Så här gör du din budget inför starten.

På nätet finns många smarta budgetmallar för dig som ska starta företag. På almi.se hittar du bland annat resultat och likviditetsbudget.

Redan när du sätter din startbudget är det viktigt att minska ditt kapitalbehov. Det kan du göra på flera sätt:

Välj rätt leverantörer

Att välja rätt leverantör kan göra att du sänker dina kostnader ordentligt. Ställ gärna flera leverantörer mot varandra, och låt dem veta om det – då tenderar du att få bättre priser. Här är några områden där det kan löna sig mest att se över dina leverantörer.

- **Lånekostnader och checkkredit.** Här kan det skilja mycket mellan olika banker, och ofta går det att få bättre ränta än hos storbankerna. Ställ långivarna mot varandra och tänk också på att du kan få bättre villkor om du lägger dina privata lån på samma ställe som företagets krediter.
- **Ränta på kapital.** Här förlorar Sveriges företagare mycket pengar varje år. De har företagets pengar liggande på sitt transaktionskonto hos någon av storbankerna där räntan är 0 procent. Men det finns många nya och mindre banker som erbjuder räntor som ligger flera procentenheter högre. Med ett kapital på en miljon ger en ränteskillnad på 3 procent en ökad intäkt på 30 000 kronor varje år.
- **Bokföring.** Det finns skräckhistorier om småföretag som betalar alldeles för mycket för sin bokföring. När tidningen Driva Eget tog in offerter för ett påhittat mindre aktiebolag landade offerterna på mellan 15 000 och

120 000 kronor per år! Det är ingen liten skillnad. Nu för tiden finns också mängder av smarta bokföringsappar där du kan göra mycket av din bokföring själv.

- **Försäkringar för företag och bil.** Det kan skilja mycket på försäkringarna mellan olika bolag, inte minst för att de riktar in sig mot olika kundgrupper. Försök att hitta ett bolag som passar dig.
- **Lokalhyran.** Ta en titt på hyresavtalet. Behöver du ha en så stor lokal på ett A-läge? Om svaret är ja, har du försökt att förhandla med din hyresvärd? Om svaret på båda frågorna är ja – fundera på om du kan hyra ut en del av din lokal till andra företagare för att sänka din kostnad.

Välj bort

Att se till att du har de billigaste alternativen kan låta självklart, ändå är det alltför vanligt att företagare år efter år betalar för mycket för produkter eller tjänster. Minst lika många lägger också pengar på tjänster de inte ens behöver.

Därför är det viktigt att du går igenom dina avtal och ser vad du faktiskt betalar för. Tänk dig till exempel att du betalar din bokförare för två extra timmar varje månad, kanske för att sköta löneutbetalningarna (något som tar 15 sekunder per utbetalning via din mobil). En billig redovisningskonsult tar cirka 500 kronor varje timme, vilket blir 12 000 kronor om året. På tio år har du lagt ut 120 000 kronor i onödan. Kan du hitta fyra sådana onödiga utgifter innebär det en besparing på nästan en halv miljon kronor.

STEG 5:

Fundera på finansieringen

Dina finansieringsbehov ser olika ut beroende på din affärsidé. För vissa idéer krävs bara en buffert för att hålla dig flytande den första tiden och för andra behövs mycket kapital. Som tur är finns det mängder av alternativ för att finansiera uppstarten. Här är fem alternativ du bör känna till.

1. Dig själv. Även om du inte har en massa pengar liggande på kontot så kan du ofta finansiera delar av din uppstart på egen hand:

- **Genom att belåna privat egendom.** Det kan vara lockande att belåna privat egendom för att få ihop kapital. Ett sådant tillfälle är om du har en bostad med låg belåning och en privatekonomi som klarar högre ränteutgifter.
- **Genom en personlig borgen.** Ett annat alternativ är att gå i personlig borgen för ditt aktiebolags lån. Det kan ge dig lånet men innebär också att banken kan ta sin fordran från dina privata tillgångar om ditt bolag skulle gå i konkurs.
- **Genom ett privat lån.** Ännu en väg att gå är att ta ett så kallat blancolån privat. Det är ett lån utan säkerhet och det gör därför att räntan är högre än för andra lån.

När du stoppar in "egna" pengar i ditt bolag kan du utnyttja ett så kallat investeraravdrag. Om du till exempel investerar 100 000 kronor kan du dra av 50 000 kronor i din privata deklaration.

2. Riskkapital. Potentiella investerare kan finnas överallt, inte minst i ditt eget kontaktnät. Det finns också många andra forum, som forumet Connect. Där kan du få hjälp att paketera och kommersialisera din idé, och sedan få kontakt med rätt investerare. På Svenska Riskkapitalföreningen SVCA:s hemsida hittar du också uppgifter om olika investerare.

Om du funderar på att ta in kapital på det här sättet finns det dock flera saker att tänka på. För det första, i samma stund som du tar in riskkapital så bestämmer du dig indirekt för att någon gång i framtiden sälja eller börsnotera företaget. Investörerna vill ju få tillbaka sina pengar och göra en så kallad "exit".

För att ge två extrema exempel: Ingvar Kamprad tog aldrig in kapital och ägde Ikea hela sitt liv, medan företag som Facebook har tagit in kapital gång på gång. Många av grundarna äger därför numera bara några få procent av företaget – men de är värdefulla procent. Skillnaden på de två företagen, och här har allt kapital hjälpt till, är att Facebook har kunnat växa mycket snabbare.

För det andra, många tror att riskkapital bara handlar om att ta in just kapital. Men det handlar om mycket mer än så. På köpet får du en eller flera nya delägare som kommer att ha makt att bestämma en hel del i ditt företag. Det behöver absolut inte vara negativt, tvärtom, men det är dock viktigt att tänka på när du väljer dina investerare.

3. Crowdfunding. 2015 finansierades företag med 280 miljarder kronor genom crowdfunding. Det är mer än alla riskkapitalbolag bidrog med det året, och crowdfunding fortsätter att växa snabbt. Ändå är det många småföretagare som inte ser crowdfunding som ett alternativ när det är dags att finansiera företaget. Det är dags att tänka om! Det finns två olika typer av crowdfunding.

STEG 5: Fundera på finansieringen

Den första är så kallad belöningsbaserad crowdfunding där de som ger kapital till din idé får ett löfte om en framtida belöning. Ju mer man skänker, desto bättre belöning.

Om du till exempel har en idé om att utveckla nya hörlurar kan du lova alla som skänker minst 300 kronor att få ett par hörlurar när produktionen är klar. Ofta innebär det en stor rabatt mot det tänkta försäljningspriset på hörlurarna, som tack för att investerarna vågade tro på din idé.

Den andra formen av crowdfunding liknar mer traditionellt riskkapital. Investerare från hela världen kan då satsa pengar på ditt projekt mot en ägarandel. Equity crowdfunding kallas det och är förhållandevis nytt i Sverige. Skillnaden mot att gå till "vanliga" riskkapitalister eller affärsänglar är dels att allt sker på nätet och dels att fler investerare kan delta och satsa mycket mindre kapital per person.

4. Offentligt stöd. Det finns flera myndigheter och organisationer som erbjuder finansiellt stöd till företag. Vinnova och Tillväxtverket är två av dem. Oddsen för att få stöd är goda – men det gäller att ditt företag uppfyller vissa specifika kriterier. För de flesta stöden krävs att ditt företag kan bidra med tillväxt och/eller innovation. Det innebär att du inte får stöd för att driva din enmansfirma eller ditt småföretag som du alltid gjort. Men om du har en ny, innovativ idé som kan ge tillväxt till orten eller regionen, då ökar chansen att du har pengar att hämta.

"Kan jag inte få starta eget-bidrag då?" Det är en vanlig fråga bland blivande företagare. Svaret är dock i de flesta fall nej. Starta eget-bidrag, eller så kallat "stöd till start av näringsverksamhet" är en typ av stöd från Arbetsförmedlingen, designat för att få arbetslösa i sysselsättning. För att kunna få bidraget måste du i regel ha varit arbetslös en tid utan att ha lyckats få en anställning någonstans. Dessutom riktar sig åtgärden framför allt till vissa prioriterade grupper – unga som riskerar att hamna snett, äldre och andra som är eller riskerar att bli arbetslösa. Med andra ord är bidraget inte för dig som varit anställd ett tag och vill satsa på din affärsidé.

Låna från Almi!

Förutom riskkapital erbjuder Almi också företagslån till nya företag. Kolla här om dessa lån kan vara något för ditt företag.

5. Banken. För många är ett besök på banken och ett företagslån det naturliga första steget när man söker kapital till företaget. Men att få ett lån är ingen självklarhet och räntorna kan variera. I regel baseras bankens bedömning av en låneansökan för ett företagslån på tre olika kriterier:

- De ska tro på din betalningsförmåga – du ska klara räntorna och kunna betala av lånet på en rimlig tid.
- Du ska ha säkerheter för lånet – privata säkerheter eller varulager, inventarier och kundfordringar i företaget.
- De ska tro på din affärsidé och du måste kunna förklara den på ett trovärdigt sätt.

Om du får ett lån ska du också vara medveten om att räntan på företagslån kan variera mycket mer än bolåneräntan. Spannet mellan den högsta och lägsta räntan är inte sällan så stort som 10 procent, och faktum är att två exakt likadana företag kan få olika ränta helt enkelt för att den ena företagaren var bättre på att få banken att förstå affärsplanen.

Vill du veta mer om att finansiera ditt företag?

Kolla in Almis finansieringsguide för företag här. Här kan du läsa om allt från hur du lockar riskkapitalister till hur du ska tänka om du lånar pengar av familj och vänner.

STEG 6:

Välj rätt företagsform

Nu är det dags att välja företagsform och här är det lätt att bli förvirrad. Men egentligen är det inte så krångligt. Kolla här vilken företagsform som passar för dig.

Enskild firma, aktiebolag, handelsbolag eller kommanditbolag – eller kanske en ekonomisk förening? Det finns många olika företagsformer och de passar olika typer av företag. Men av de företag som bildades i Sverige 2016 var 52 procent enskilda firmor och 44 procent var aktiebolag. Så med största sannolikhet behöver du inte fundera särskilt mycket på de övriga alternativen. Däremot är det viktigt att veta skillnaden mellan dessa två företagsformer – och när det är dags att gå från den ena till den andra.

Enskild firma eller AB?

Många börjar sitt företag liv genom att starta en enskild firma. En enskild firma är ingen juridisk person utan det är du som privatperson som är ytterst ansvarig för företagets förehavanden. Det är du som ingår eventuella hyresavtal och är personligt ansvarig för eventuella skulder. I en enskild firma behöver du dock inte gå in med ett initialt kapital. Det behövs ingen styrelse och det är okomplicerat att komma igång.

Ett aktiebolag däremot är en egen juridisk person, där du som ägare har ett begränsat ekonomiskt ansvar. Ett AB behöver dock en styrelse och för att starta bolaget krävs ett aktiekapital på 50 000 kronor. Dessutom är det ofta så att ett aktiebolag har hårdare bokföringskrav och därmed har högre administrativa kostnader. Däremot är det lättare att skilja på företagets ekonomi och din egen. "Jaha" tänker kanske du, "men vad ska jag välja då?" Svaret är att det beror på vilken typ av företag du ska starta och hur mycket pengar du kommer att tjäna. Förenklat kan man säga så här:

Startar du ensam eller med andra? Om ni är flera som startar företag så kan ni inte starta en enskild firma. Däremot kan ni starta ett handelsbolag, vilket kan jämföras med en enskild firma. Men för de allra flesta är ett aktiebolag den bästa lösningen här.

Kommer du att ha anställda? Det går att ha anställda i en enskild firma, men de allra flesta väljer i stället att ha ett aktiebolag. Detta beror bland annat på att den större ekonomiska risken med anställda talar för ett aktiebolag, där du inte har lika stort personligt ansvar.

Har du stenkoll på ekonomin? I en enskild firma är företagets ekonomi inte åtskild från din egen, vilket ställer stora krav på att du själv har koll. I ett aktiebolag är du och ditt företag två olika juridiska personer, med olika konton och åtskild ekonomi.

Vill du smygstarta? Att starta en egen firma kräver mindre kapital, vilket kan göra det lättare att komma igång.

Kommer du att göra stora investeringar? Det blir extra viktigt att särskilja din privata ekonomi från företagets om företaget kommer att ha stora utgifter och/eller medför en stor ekonomisk risk. Då kan ett aktiebolag vara en bra lösning.

Vill du växa eller kanske sälja ditt företag? Då ska du med all sannolikhet välja ett AB.

Hur mycket kommer du att tjäna? Tanken är att skattebördan ska vara lika för aktiebolag och enskilda firmor, men allt är inte lika. Enkelt uttryckt

STEG 6: Välj rätt företagsform

kan man säga att det finns en brytpunkt för när det skattemässigt är bäst att ha ett aktiebolag, och ju mer du tjänar desto större fördel med ett aktiebolag. Det beror på att du kan ta lågbeskattad aktieutdelning i stället för lön, göra fler avdrag för till exempel friskvård och mycket annat. I en enskild firma betalar du dock lägre sociala avgifter. Var gränsen går varierar med skattereglerna vid just den tidpunkten, men om du år efter år tjänar över brytpunkten för statlig skatt är det nog dags att bilda aktiebolag.

Gå från EF till AB

Många företagare börjar som sagt med att starta en enskild firma och går sedan över till att driva ett aktiebolag efter ett tag. Lite felaktigt används ofta termen ombilda till aktiebolag, men det går inte att ombilda en enskild firma till ett aktiebolag. I stället handlar det om att bilda ett aktiebolag och stänga ner sin enskilda firma. Det är inte krångligt, men det är ändå lättare att välja rätt företagsform från början.

Glöm inte F-skattsedeln!

Oavsett vilken företagsform du väljer så måste du registrera dig (eller ditt företag) för F-skatt för att kunna fakturera. Det är det många som glömmer.

Läs mer om företagsformer!

Verksamt har gjort en sammanställning över alla företagsformer som du hittar här. <länk till <https://www.verksamt.se/starta/valj-foretagsform>>

STEG 7:

Döp ditt företag

Vad ditt företag ska heta är en viktig fråga, det blir ju det första intrycket av ditt företag för dina kunder. Här är några viktiga saker att tänka på när du väljer namn.

Det första steget när du väljer namn till ditt företag är att fundera på vad ditt företag gör – eller snarare vad du erbjuder dina kunder. Det kan vara lockande att välja ett spexigt namn, och det funkade ju för Google och Amazon, men för de flesta företag är det bättre att välja ett namn som på något sätt får kunderna att förstå vad du kan erbjuda dem. Här är det också viktigt att du tänker långsiktigt och väljer ett namn som fungerar även om din verksamhet utvecklas, eller om du ska expandera utomlands.

När du kommit på några bra alternativ är det dags att kolla vilka namn du kan välja. För det första bör du stämma av namnen mot Bolagsverkets kravlista för godkända företagsnamn, som du hittar här. <länk till <http://bolagsverket.se/ff/foretagsformer/namn/valja>> Hos Bolagsverket kan du också söka på namn för att se vilka som är lediga.

Precis lika viktigt är att kolla att domännamnet är ledigt, och här kan det bli knivigt. Många domännamn är redan upptagna, ibland även om inte företagsnamnet är taget. Du bör också fundera på om du ska ha en .se-adress eller om du vill köra på det internationella .com. Det beror på vilken verksamhet du tänker ha och om du har tänkt expandera utomlands. Om båda domänadresserna är lediga är det ofta en bra idé att köpa båda två. Att välja ett namn trots att webbadressen är upptagen är inte att rekommendera. Huruvida en domän är ledig eller inte kan du till exempel kolla hos Loopia. <länk till <http://www.loopia.se>>

Ok, nu är det dags att testa namnet. Fråga för all del vänner och familj, men det viktiga är att du frågar potentiella kunder vad de tycker om namnet och vad det signalerar. Det är ju trots allt de som ska handla av dig och därför är deras associationer till namnet viktiga.

STEG 8:

För er som startar företag ihop

Om du ska starta eget med vänner, bekanta eller affärspartners så finns det många saker att tänka på – såväl praktiska som psykologiska.

Att starta företag ihop med vänner, familj eller andra affärspartners är vanligt och kan vara otroligt roligt. Men det kan också leda till tvister och stora utmaningar. Därför är det viktigt att ni tar er tid att reda ut alla viktiga frågor i förväg, och sedan reglerar frågorna i ett kompanjonsavtal. Här är några av de frågor ni bör vara överens om innan ni kör igång. Se dem gärna som ett roligt sätt att planera företagets framtid.

- **Framtiden.** På vilken sikt ska samarbetet bedrivas? Kanske anser en av er att företaget ska byggas upp och säljas inom fem år, medan den andra ser att samarbetet kommer att vara mycket längre.
- **Arbetsfördelning.** Hur ska arbetet bedrivas och vad har respektive kompanjon för ansvarsområde och arbetsuppgifter?
- **Lön.** En fråga som måste redas ut från början är hur stor lön ni vill ta ut, och om det ska vara lika ersättning för alla delägare. Ska ni ta ut lön redan från start eller skall ni vänta tills att företaget går med vinst?
- **Arbetstider.** Det är viktigt att ni har en gemensam uppfattning om hur stor arbetsinsatsen ska vara.
- **Vem beslutar om vad?** Ska ni ha en styrelse som fattar besluten i företaget, och vilka ska ingå i den? Vem ska vara vd i ert bolag och hur stora beslut kan en delägare ta utan att rådfråga den/ de andra? Red ut alla småfrågor som har att göra med beslutsfattande, det handlar om företagets framtid.
- **Oförutsedda händelser.** När man startar ett företag måste man alltid vara beredd på det värsta. Diskutera hur ni ska agera om någon blir långtidssjuk, en delägare avlider, en av er vill sälja sin del av företaget, en delägare får personliga ekonomiska problem eller om någon av er skiljer sig.
- **Vad händer annars?** Till sist måste ni också besluta vad som händer om någon av er bryter mot kompanjonsavtalet. Det är inte alltid en rolig diskussion, men en nödvändig sådan.

Del 2

Starta företag – och allt runtomkring

Ok, nu är det dags att registrera ditt företag. I och med det ställs du också inför en rad andra frågor som du bör ta itu med. Här berättar vi hur du fixar din bokföring, söker patent, bygger en närvaro på nätet och hur du ska tänka när du anställer.

STEG 1:

Dags att registrera ditt företag

Ok, så allt är klart för att köra igång. Då är det dags att registrera ditt företag. Enkelt!

Att registrera ett företag har blivit mycket lättare de senaste åren. Om du ska starta ett aktiebolag, ett handelsbolag, ett kommanditbolag eller en ekonomisk förening så måste du registrera företaget hos Bolagsverket. Startar du en enskild firma kan du registrera företaget hos Bolagsverket – om du vill skydda företagets namn – men det är inget krav.

Här nedan beskriver vi vad du måste tänka på när du kör igång med en enskild firma eller ett aktiebolag, och länkar till de platser på nätet som du behöver besöka. På länkarna hittar du också informationen du behöver för att registrera andra företagsformer.

Enskild Firma: Att anmäla en enskild firma är enkelt. Du ska helt enkelt ansöka om en F-skattsedel och i många fall bli momsregistrerad. Ansökan hittar du här. <länk till <http://bolagsverket.se/ff/foretagsformer/enskild/starta/naring-1.1982>>

Aktiebolag: Att starta aktiebolag kräver lite mer. Först ska du skicka in en anmälan om att registrera aktiebolaget. Därefter ansöker du om godkännande för F-skatt för bolaget, momsregistrering och arbetsgivarregistrering. Du ska också upprätta en så kallad "Stiftelseurkund" som bland annat reglerar hur många aktier företaget ska ha, vilka som äger dem och vilka som ska sitta i styrelsen. Alla dessa steg kan du utföra här på Bolagsverkets webbtjänst. <länk till <http://bolagsverket.se/ff/foretagsformer/aktiebolag/starta>>

I samband med detta ska du också formellt "köpa" bolagets aktier med ditt aktiekapital. Det gör du genom att öppna ett företagskonto i en bank och sätta in pengarna – som totalt uppgår till 50 000 kronor i aktiekapital. Din bank ska sedan ta fram ett bankintyg som visar på detta. Först då kan Bolagsverket registrera ditt aktiebolag.

Om du tycker att detta känns krångligt så finns det en alternativ lösning: att köpa ett så kallat lagerbolag. Då har någon annan redan gjort allt arbete och du köper ett färdigt bolag. Det är enklare men lite dyrare. Du måste också vara noga med att bolaget du köper verkligen är tomt och inte innehåller skulder eller något annat som du inte vill ta över. Här kan du läsa mer om lagerbolag hos Bolagsverket. <länk till <http://bolagsverket.se/ff/foretagsformer/ombud/lagerbolag-1.4509>>

Glöm inte de andra tillstånden!

Beroende på vilken bransch ditt företag kommer att vara verksam inom kan du vara tvungen att få fler tillstånd innan du sätter igång med verksamheten. Utskänkningstillstånd om du ska driva restaurang är ett uppenbart exempel, men det finns många fler. Kolla vad som gäller för din verksamhet.

STEG 2:

Ta in hjälp med bokföringen

Bokföring hör inte till företagarens favoritord. Men att föra bok är inte av ondo. Det ger dig kontroll över ekonomin, och med dagens bokföringsprogram och appar behöver det heller inte ta upp alltför mycket av din tid. De allra flesta företagare bör dock fundera på att låta proffsen sköta bokföringen.

Det kan kännas kostsamt för många nya företagare att lägga ut sin bokföring på en bokföringsbyrå, men tänk på det från andra hållet i stället. Det som tar redovisningskonsulten en timme kanske tar dig två (eller fem), och vad skulle din alternativa inkomst kunna vara under de timmarna? Dessutom handlar inte redovisningstjänster bara om att få fram underlag för moms och skatter, utan också om att hjälpa dig med analys och utveckling av företaget. Många företag sparar faktiskt pengar på att ta hjälp, helt enkelt för att proffsen kan skatter och vet vilka avdrag du har rätt till. Har en redovisningskonsult gjort din bokföring brukar det också fungera som en garant för kvalitet i Skatteverkets ögon.

Vad bokföringen kostar beror helt på ditt företags storlek och vad du behöver ha hjälp med. Ju fler transaktioner, anställda och kvitton, desto längre tid tar det. För att göra dina kostnader för bokföringen så låga som möjligt gäller det oavsett att hålla lite koll själv. Skicka alltså inte in en skolåda med kvitton, utan sortera och håll så god ordning som möjligt. Fundera också på vilka tjänster du vill att bokföringsbyrån ska utföra. De kan ansvara för att betala ut löner, betala in skatter och moms och mycket annat. Dessa uppgifter går dock snabbt att göra själv i ett nystartat företag, så ofta räcker det med att bokföringsbyrån räknar ut hur mycket du ska betala in.

Välj rätt redovisning

När du ska välja redovisningsbyrå finns det några saker som det är extra viktigt att tänka på:

- Auktoriserad eller inte. I dag finns det auktoriserade redovisningskonsulter och icke auktoriserade dito. Du kan så klart få bra hjälp av båda, men ofta är auktoriserade konsulter bättre på till exempel rådgivning och ofta mer uppdaterade kring nya regler och lagar. Det beror på att auktoriseringen kräver att man förnyar titeln var sjätte år.
- Priset. Prisskillnaderna mellan olika byråer kan ligga på tiotusentals kronor per år. Så var noggrann med att jämföra olika alternativ.
- Modern teknik. Numera har vissa bokföringsbyråer automatisk koppling till olika molnbaserade bokföringsprogram och appar. Det kan skapa fördelar för dig som vill göra vissa delar av din bokföring på egen hand eller fota av ett kvitto och direkt lägga upp det i molnet.

Revisor eller redovisningskonsult?

Revisor kan vara ett av de mest felanvända orden i företagarsverige. Många hänvisar till sin redovisningskonsult som sin "revisor", men revisorns roll är en helt annan. Revisorns uppgift är att granska att bokföringen gått rätt till, den som din redovisningsbyrå (eller du själv) har gjort. I dag behöver de flesta mindre företag inte ha en revisor alls, utan det räcker gott med en redovisningskonsult.

STEG 3:

Behöver du ett patent?

Har du kommit på en unik idé eller produkt? Då kan du behöva ansöka om patent, så att det blir du och ingen annan som tjänar pengar på din uppfinning. Patenträtt är dock en djungel, så förbered dig på att det kommer att kräva tid, pengar och arbete.

Ett patent ger dig ensamrätt på att tillverka, marknadsföra och sälja din produkt (eller metod) i det land där patentet gäller. Men för att få ett patent gäller det att produkten är unik i hela världen. Har du till exempel ett svenskt patent kan ingen patentera din uppfinning i till exempel USA. Däremot kan de tillverka och sälja produkten där, om du inte sett till att skaffa ett patent i USA. Hänger du med? Ja, det är som sagt en djungel, men vi börjar från början.

För att du alls ska kunna få ett patent på din idé så behöver den uppfylla tre kriterier:

1. Det första kriteriet för att få patent är att det ska gälla en ny idé eller produkt. Om du har marknadsfört den eller skrivit om den i en tidning så är den inte ny, även om det är du som uppfunnit den. Och då får du inte patent.
2. Krav nummer två är att din idé har uppfinningshöjd. Den måste "skilja sig väsentligt" från allt annat som redan finns på marknaden.
3. Den tredje och sista delen i att få patent handlar om att din idé ska vara "industriellt tillämpbar". Uppfinningen ska med andra ord vara något konkret och inte bara en teori. Den ska dessutom fungera och faktiskt fylla en funktion. Du behöver dock inte ha ett färdigt exemplar av produkten när du lämnar in din patentansökan.

Uppfyller din produkt dessa tre kriterier är det dags att skicka in en patentansökan till Patent- och registreringsverket (PRV). Det är viktigt att din ansökan är så uttömmande som möjligt. Man ska i stort sett kunna tillverka produkten enbart genom att läsa din ansökan. Många avslöjar för lite, och då finns risken att din uppfinning på pappret liknar något som redan finns.

Att fylla i en patentansökan på rätt sätt kan vara svårt. Det är dessutom väldigt viktigt att det blir rätt från början, eftersom du inte får lägga till information i din ansökan när den väl är inlämnad. Därför använder de flesta sig av ett patentombud – en expert på patentprocessen. Ombuden känner dessutom till processen och språket, därför går det ofta snabbare att få patentet.

Tidslinje för din ansökan

Att få patent är inget du gör på en eftermiddag. När PRV får in din ansökan börjar de med att gå igenom dokument- och patentdatabaser i hela världen, för att säkerställa att din uppfinning faktiskt är ny. Efter cirka sex månader får du ditt första förhandsbesked, och oavsett vad det säger är det nu dags att börja fundera på vilka andra länder du vill ansöka om patent i.

STEG 3: Behöver du ett patent?

Så här kan en tidslinje för ditt patent se ut:

- **0 månader:** Du skickar in din ansökan
- **6 månader:** Efter ungefär sex månader får du ett förhandsbesked. Hur ligger din uppfinning till – är den patenterbar?
- **12 månader:** Du har ett år på dig att bestämma dig om du vill söka patent utomlands. Vill du det skickar du en ansökan till PRV som innebär att du avser att ansöka om patent i andra länder. Denna ansökan gör att du får tillgodogöra dig ditt svenska ansökningsdatum.
- **18 månader:** Efter 18 månader blir din patentansökan offentlig, även fast du inte har fått patent än. Men det är datumet på ansökan som gäller och därför behöver du inte oroa dig för att någon ska kunna sno din uppfinning.
- **24 månader:** Slutbesked. Efter cirka två år kommer beskedet och förhoppningsvis har du nu ett svenskt patent.
- **30 månader:** Du har 30 månader på dig att gå vidare med din ansökan till alla de länder utöver Sverige där du önskar patent. Det är alltså först i detta skede du måste bestämma dig för om din uppfinning är värd att skydda i andra länder och i sådana fall vilka.

Som du förstår är det en stor och lång process att ansöka om patent. För dig som ska starta företag baserat på en produkt som du vill patentera är det därför viktigt att läsa på ordentligt. Du som vill veta mer kan läsa vidare här, hos Patent- och registreringsverket. <länk till <https://www.prv.se/sv/patent/ansoka-om-patent/>>

Andra skydd

Det finns en rad andra sätt än patent att skydda ditt företag och verksamheten. Läs mer om varumärkesskydd, designskydd och andra skyddsformer hos PRV här. <länk till <https://www.prv.se/sv>>

STEG 4:

Behöver du anställa?

Att anställa sin första medarbetare är en utmaning. Inte minst innebär det att du får ett helt nytt jobb – som chef. Många entreprenörer underskattar den omställningen, men också den potential det innebär att få in en ny hjärna och 160 nya arbetstimmar i företaget. Så här ska du tänka kring din första anställning.

Vissa företag behöver anställa från början, för andra är det en del i företagsresan. Oavsett när du gör din första anställning är det viktigt att du gör den rätt – och det innebär exempelvis att inte anställa någon bara för du "inte hinner med" själv. Det är så klart inte fel att anställa för att du har mycket jobb. Felet är i stället att många egentligen bara vill "klona" sig själva. Det kommer du aldrig att kunna göra, och det är rätt bra. Att anställa någon ska ju inte bara handla om att få en högre timkapacitet utan också om att få in fler perspektiv och smarta idéer till verksamheten.

Så innan du anställer, fundera på dessa tre frågor:

- 1. Är du redo att bli chef?** Du kanske startade ett bageri för att du tycker om att baka. Men när du anställer fler bagare så kommer din roll i stället bli att leda dem och utveckla företaget strategiskt. Ni kan ju inte alla baka bröd. Fråga dig om du är redo för den omställningen och om du kommer att trivas med den.
- 2. Vilken är din vision för företaget?** Alla företag behöver en vision och det blir ännu viktigare när du anställer. När du är ensam är det du som möter alla dina kunder, du som utför tjänster och så vidare. Men när du anställer är ni helt plötsligt fler, och det är viktigt att alla förstår vad företaget handlar om.

- 3. Har du en plan för den du anställer?** När du tar in någon för att lösa ett problem, till exempel att du har för mycket att göra, så underskattar du potentialen i din första anställning. I själva verket innebär anställningen att ni kan lägga dubbelt så många timmar och har dubbelt så stor hjärnkapacitet. Den här potentialen gör det också viktigt att du funderar på vem du anställer. I stället för att klona dig själv, tänk tvärtom. Vad behöver ditt företag som du inte kan ge det?

Osäker på att anställa?

Är du osäker på om du har tillräckligt mycket jobb för att det ska löna sig att anställa? Börja med att ta in hjälp på konsultbasis. Det är dyrare per timme, men du betalar bara för timmarna du behöver – och dessutom får du tillgång till en bred kompetens. Att börja med att ta in någon som konsult kan också vara ett sätt att testa om ni arbetar bra ihop.

Del 3

Skaffa kunder

Att börja sälja ska du så klart inte göra allra sist, det ska du göra hela tiden. Men när du fått det praktiska ur vägen är det dags att börja sälja på riktigt. Att bli en bra säljare är en konst och här är det övning, övning, övning som gäller. För att få de bästa förutsättningarna är det viktigt att du redan från början tänker till inom tre olika områden: marknadsföring, prissättning och kundvård.

STEG 1:

Marknadsför dig och skaffa dina första kunder

Alla företag behöver marknadsföra sig och 2018 är det nätet som gäller. De första stegen är att pröva lyckan med sökmotorannonsering och att bli bäst i din bransch på sociala medier.

Att berätta allt om hur du ska marknadsföra dig på nätet kan man inte göra i en kort artikel. Nej, för det behövs en hel guide och som tur är har vi på Almi gjort just en sådan guide. Du hittar den här. Men när ditt företag är helt nytt kan du med gott samvete fokusera på några få saker:

Sökmotorannonsering

Att annonsera på Google blir allt vanligare och för många företag är det ett måste för att hitta nya kunder. Varje dag görs över 3,5 miljarder sökningar på Google. Många av dem görs av kunder som vill handla något, göra något eller äta något – och det är vid just det tillfället som du vill att de ska komma till dig.

Den kanske främsta anledningen till att annonsera på Google är dock att du bara betalar för resultat. Det är nämligen först när någon klickar på din annons som en kostnad uppstår. Så här kommer du igång med Google-annonsering, Google Adwords.

1. Starta ett konto på Google Adwords och sätt en dagsbudget. Du kan sätta vilken dagsbudget du vill och det är bra att börja med en liten slant så att du kan lära dig. Det enda som händer när dina pengar tar slut är att dina annonser inte längre visas.
2. Fundera på sökorden. Vid vilka sökord eller termer vill ni att er annons ska dyka upp? Låt oss säga att du har en frisörsalong i Göteborg – då är kanske "frisör Göteborg" något som dina potentiella kunder skulle söka på. Men du kanske också vill synas om de söker på "frisör Hisingen" eller "hårförlängning Göteborg". Fundera noga här och försök att se din verksamhet från

kundens perspektiv. Många företag annonserar på 10, 20 eller 50 olika sökord eller termer.

3. Skriv annonserna. Det är du själv som skriver texten till annonserna, och här får du experimentera och se vad som fungerar. Tänk dock på en sak – om kunden sökt på "hårförlängning" så är det hårförlängning de vill ha, inte bara en vanlig frisör. Så du bör skriva en egen annons för varje sökord som du annonserar på.
4. Bestäm vad du vill betala per klick. Nu börjar det både bli avancerat och viktigt. Googles annonsystem fungerar förenklat som en auktion. Att synas under en sökning kan därför kosta allt mellan himmel och jord. För dig blir det nu väldigt viktigt att räkna ut vad ett klick är värt. Det i sin tur är en kombination av två saker: hur mycket en affär är värd och hur många av klickerna som leder till en affär. Hur mycket en affär är värd får du själv räkna ut, men hur många av klickerna som leder till en affär kan Adwords hjälpa dig att räkna ut (framför allt om du har en e-handel).
5. Mät, testa och förändra. Det är viktigt att hålla koll på de olika annonskampanjerna för att se vad de ger. Om du till exempel jobbar som översättare och får en himla massa klick så kanske du till en början blir glad. Men om du inser att du inte fick några faktiska uppdrag, för att de som sökte egentligen var ute efter en automatisk översättningstjänst, så är det förlorade pengar. Då kanske du i stället ska välja termen "kvalificerad översättare" eller något som bättre beskriver dina tjänster. De flesta framgångsrika Google-annonsörerna ser ständigt över sina kampanjer.

STEG 1: Marknadsför dig och skaffa dina första kunder

Sociala medier

2018 måste ditt företag finnas på sociala medier. Men det räcker inte att bara finnas där, du måste glänsa. Så här gör du det:

- 1. Bestäm var du ska finnas.** Beroende på din bransch och din målgrupp så är olika sociala medier olika relevanta. Vissa företag kanske ska satsa på Twitter medan andra ska vara aktiva på LinkedIn. För de allra flesta är det dock Facebook och Instagram som gäller. Satsa hellre hårt på ett nätverk än att bara "finnas" på flera.
- 2. Gör en plan och sätt mål med din närvaro.** Fråga dig själv vad syftet är med företagets närvaro, vilka ni vill nå och hur ni ska göra det. Sätt mål och följ upp dem.
- 3. Lägg en bra grund.** Att allt innehåll är korrekt, uppdaterat och snyggt är en hygienfaktor. Så se till att all information stämmer, att bilderna är snygga och att logotyper och annan information matchar det ni säger på andra ställen på nätet.
- 4. Var aktiv.** Allt går snabbt på sociala medier och det påverkar besökarna. All information måste vara lättillgänglig och okomplicerad, och framför allt måste ni vara aktiva, tillgängliga och svara snabbt.
- 5. Skapa värde.** Du har säkert hört det förut, att det blir svårare och svårare att få konsumenternas uppmärksamhet. Informationsmängden som dagens konsumenter måste hantera gör att vi har lärt oss att ignorera det mesta. Därför måste du skapa ett värde för dina läsare och besökare. Det innebär att du inte ska prata om dig själv och dina produkter utan i stället försöka inspirera, underhålla eller utbilda dina följare med råd, tips eller intressanta historier.

STEG 2:

Sätt rätt pris på din produkt

Hur sätter du dina priser? Det kanske vanligaste sättet är att utgå från hur mycket det kostade att köpa in eller vad andra tar. Men det är ofta fel väg att gå. Tänk så här i stället.

Att utgå från inköpspriset är ett väldigt vanligt misstag när företag sätter sina priser, framför allt när de säljer produkter. Varför det är ett misstag? Jo, bland annat för att den taktiken innebär att du skulle halvera din vinst om du lyckades halvera dina inköpspriser. I stället ska du se på din prissättning som ett av de viktigaste verktygen för att styra ditt resultat. Låt oss säga att ett genomsnittligt företag har en vinstmarginal på 10 procent. Om du då kan höja dina priser med en procent så ökar du alltså din vinst med 10 procent. Och det är inte dåligt!

”Men vänta” kanske du tänker, ”jag kan inte bara höja priserna. Då kommer ju kunderna att gå till mina konkurrenter”. Och ja, så kan det bli ibland. Men att i stället sänka priserna för att anpassa sig till konkurrenterna kan bli väldigt dyrt i längden. Att gå med i priskrig bör undvikas till varje pris, och ett räkneexempel till får visa varför:

Om en vara kostar dig 70 kronor att köpa in och du säljer den för 100 kronor så har du 30 procent i marginal. Pondera nu att du sänker priset med 10 procent, då tjänar du bara 20 kronor per vara. Du måste alltså sälja 50 procent fler produkter för att ens gå plus minus noll jämfört med om du behållit priset på sin tidigare nivå. Sänker du priset med 20 procent måste du helt plötsligt sälja tre gånger mer för att det ska löna sig.

Fundera nu på om det är rimligt att du kommer att öka försäljningen med 50 procent om du gör prissänkningen. Om inte, behåll det dyrare priset och låt de allra mest priskänsliga kunderna gå någon annanstans. Priskänsliga kunder är ju dessutom inte sällan de jobbigaste kunderna.

Paketera och differentiera

Men hur ska du göra i stället då, hur ska du gå tillväga när du bestämmer dina priser? Svaren heter differentiering och paketering. Differentiering handlar framför allt om att du ska ha olika marginaler på olika produkter. Fundera på vad som gör att människor kommer till dig och vilka produkter du främst kommer att jämföras på.

En vanlig bensinmack kan utgöra ett bra exempel: Om du driver en bensinmack så kommer kunderna för att tanka. Alltså är det viktigt att du ligger rätt i priset på bensinen. Bensinmackarna tjänar i dag mer på att sälja en läsk än en full tank bensin, men de skulle inte sälja läsk om kunderna inte stannade för att tanka. Detsamma gäller för restauranger som tjänar mycket mer pengar på dryck än på mat, eller e-handlarna som knappt går plus på skrivaren men tjänar stora pengar på bläckpatroner. Det gäller alltså att fundera över vad som är ”din bensin” och vilka som är dina tillbehör i form av godis, läsk, hyrbilar, biltvätt och mycket mer. För det är ofta där du tjänar pengar.

STEG 2: Sätt rätt pris på din produkt

Den andra viktiga delen i din prissättning är att paketera rätt. Här är syftet att göra det enkelt för kunden att välja och att handla mer. Hamburgerkedjorna utgör ett bra exempel. De har satt samman ett antal menyer för att det ska vara lätt att välja och har också prissatt dem så att det till synes mest lönsamma för kunden är att köpa en hel meny.

Tänk återigen på din prissättning som ett verktyg. Det är inte så att en läsk på en hamburgerkedja kostar 25 kronor för att den kostade 12,50 kronor att tillverka. Den kostar 25 kronor för att man har kommit fram till att det är ett pris som får menyn att se prisvärd ut.

Paket i olika prisklasser är ännu ett smart sätt att paketera dina produkter. Det ändrar ofta frågan från om man ska köpa något till vad man ska köpa. Ett baspaket, ett pluspaket och ett premiumpaket hos en bilhandlare kommer med stor sannolikhet att få de flesta kunder att välja mittenpaketet. Kom ihåg att du ska sätta priserna utifrån vad du vill att kunderna ska välja.

STEG 3:

Så skaffar du stamkunder – och behåller dem

Ett vanligt talesätt bland säljare är att det kostar sju gånger mer att skaffa en kund än att behålla en kund. Ändå jagar många företag hela tiden nya kunder, och på kuppen tappar de sina stammisar. Så här undviker du det.

Dina stamkunder kan ge dig intäkter och trygghet under många år. Men konkurrensen är hård inom de flesta branscher, och det gäller att vårda sina trogna kunder. Här är tre steg till nöjda, och många, stamkunder.

1. Första steget är att ta reda på vilka dina stamkunder faktiskt är. Gå igenom dina kunder och undersök hur mycket de handlar för, hur ofta de handlar och hur länge de har varit kunder hos dig. Titta också på vilka som minskat eller ökat sina inköp den senaste tiden. Som småföretagare är det annars lätt att bara komma ihåg de kunder som låter mest och högst. Men just de kunderna är inte sällan de sämsta kunderna – de som klagar, gör returer och tar upp mest tid. Så ta reda på fakta och få svar på vilka som faktiskt är dina värdefulla stamkunder.

2. Nästa steg är att lära känna dina stamkunder. Besök eller ta kontakt med dem, fråga varför de handlar hos dig, eller ta i alla fall reda på vad de handlar och hur deras behov ser ut. Det sistnämnda gäller framför allt om du driver butik, restaurang eller e-handel och därmed har många kunder. Med modern teknik har du möjlighet att ta reda på det mesta om kundens

ekonomi, behov och önskemål, och det är en möjlighet som företagare utnyttjar alldeles för sällan. Genom att analysera dina kunder och ta kontakt med dem får du en bättre inblick i deras situation. Dessutom förbättrar det relationen mellan dig och kunden. Alla vill ju känna sig som en stamkund.

3. Det sista steget handlar om att skämma bort dina stamkunder och visa att du uppskattar dem. Det här innebär inte per automatik att ge rabatter. I stället handlar det om att hitta något som skiljer dig från mängden. 10 procent i rabatt glöms snabbt bort, medan en middag eller en resa för motsvarande belopp skapar ett bestående minne. Vad kan du ge dina stamkunder?

Stamkunden 2018 prenumererar på DIG!

Spotify, Dammsugarpåsar.nu och Netflix – moderna företag skapar stamkunder genom att erbjuda prenumeration på deras tjänster eller produkter. Fundera på om du kan skapa en prenumerations-tjänst för ditt företag, det är ett bra sätt att behålla kunderna länge.

Vill du bygga ett företag som är lönsamt, växande och långsiktigt hållbart. Våra rådgivare har lång erfarenhet av att vägleda företag framåt på tillväxtresan. Oavsett var du är på den resan bör du kontakta Almi.

almi.se

almi