**Affärsplan för café i Göteborg**

Denna affärsplan är för ett café som ska öppnas i Göteborg. Caféet erbjuder ett brett utbud av kaffedrycker, te, bakverk och andra lättare måltider med fokus på lokala produkter som är bakade och lagade av oss själva, det lokala bageriet och andra lokala livsmedelsproducenter. Caféet kommer att ha en modern och inbjudande atmosfär och kommer att rikta sig till både lokalbefolkningen och turister.

**Affärsidé**

Vi ska erbjuda en unik och inspirerande caféupplevelse i Göteborg. Vi vill skapa en plats där människor kan komma och koppla av, umgås och njuta av god mat och dryck.

**Målgrupp**

Vår målgrupp är människor i alla åldrar och från alla samhällsklasser. Vi vill att caféet ska vara en plats för alla, oavsett om man är på språng eller vill ta en lugn stund med en vän.

**Produkt/tjänst**

Caféet kommer att erbjuda ett brett utbud av kaffedrycker, te, bakverk och andra lättare måltider. Vi kommer att använda oss av högkvalitativa råvaror och kommer att erbjuda ett prisvärt utbud.

För att ytterligare stärka caféets inriktning på lokala livsmedelsproducenter kommer vi att samarbeta med lokala leverantörer.

Caféet ska utveckla nära samarbeten med lokala leverantörer av kaffe, te, bakverk och andra livsmedel. Detta kan ge caféet tillgång till högkvalitativa råvaror som är producerade på ett hållbart sätt. Så mycket som möjligt ska vara säsongsbetonat med en kreativ meny som väcker en wow-upplevelse.

Caféet kommer dessutom att marknadsföra sig som en plats för lokala livsmedelsproducenter där de kan lyfta fram sina produkter mot en kostnad.

Specifika exempel:

Kaffe: Caféet ska erbjuda kaffe från lokala kafferosterier. Detta kan göras genom att samarbeta med ett eller flera lokala kafferosterier för att skapa en egen blandning av kaffe som är unik för caféet.

Te: Caféet kan erbjuda te från lokala importörer av te. Detta kan göras genom att samarbeta med ett eller flera lokala företag för att skapa en egen blandning av te som är unik för caféet.

Bakverk: Caféet kan erbjuda bakverk från lokala bagerier. Ingredienser ska ha fokus på säsong där även frukt och grönsaker har en tydlig ton i bakverk och maträtter.

Genom att samarbeta med lokala leverantörer kan caféet få tillgång till högkvalitativa råvaror som är producerade på ett hållbart sätt. Detta kan bidra till att öka kvaliteten på caféets produkter och skapa en unik och autentisk smakupplevelse för kunderna.

Vi stödjer de lokala företagen genom att köpa in råvaror från lokala producenter vilket bidrar till den lokala ekonomin. Detta kan vara ett viktigt värde för kunder som är intresserade av hållbar konsumtion.

Genom att fokusera på lokala råvaror kan caféet skapa en starkare identitet och positionera sig som en plats som är unik för Göteborg. Detta kan bidra till att locka fler kunder och öka caféets konkurrenskraft.

**Marknadsföring**

För att marknadsföra vårt café behöver vi fokusera på följande:

* Lokalt fokus: Caféet ska marknadsföras som en plats som är unik för Göteborg och som stödjer lokala företag och producenter.
* Hållbarhet: Caféet ska marknadsföras som en hållbar verksamhet som använder sig av lokala och säsongsbetonade råvaror.
* Smakupplevelser: Caféet ska marknadsföras som en plats där kunderna kan njuta av god mat och dryck som produceras på ett hållbart sätt.

Specifika marknadsföringsåtgärder:

Här är några specifika marknadsföringsåtgärder som kan vidtas för att marknadsföra caféet:

* Webbplats och sociala medier: Caféet bör ha en väl utformad webbplats och en aktiv närvaro på sociala medier. Webbplatsen bör innehålla information om caféet, dess meny och dess fokus på lokala livsmedelsproducenter. Sociala medier kan användas för att dela bilder och videor av caféet, dess mat och dryck och dess lokala leverantörer.
* Evenemang och samarbeten: Caféet kan arrangera evenemang, till exempel workshops, provsmakningar och musikkvällar med olika tema. Dessa evenemang kan vara ett bra sätt att nå ut till potentiella kunder och skapa en buzz kring caféet. Caféet kan också samarbeta med lokala organisationer och företag för att marknadsföra sig.
* Mun-till-mun-reklam: Mun-till-mun-reklam är fortfarande en av de mest effektiva marknadsföringsstrategierna. Caféet kan uppmuntra kunderna att dela sina upplevelser på sociala medier och med sina vänner och familj.

Budget för marknadsföring:

Budgeten för marknadsföring bör avsättas i förväg. Budgeten bör baseras på caféets mål och målgrupp. För ett café med inriktning på lokala livsmedelsproducenter kan marknadsföringsbudgeten inkludera följande kostnader:

* Webbdesign och utveckling: 50 000-100 000 kronor
* Sociala medier-marknadsföring: 50 000-100 000 kronor
* Evenemang och samarbeten: 100 000-200 000 kronor
* Flygblad och klistermärken: 25 000-50 000 kronor

Mer om budgeten längre ner.

**Konkurrens**

Det finns ett antal caféer i Göteborg, men vi tror att vi kan sticka ut från mängden genom vår unika atmosfär och vårt fokus på kvalitet med stark lokalanknytning.

**Företagsform**

Företaget kommer att drivas som aktiebolag.

**Finansiering**

Företaget kommer att finansieras genom en kombination av egna medel och lån.

**SWOT-analys**

Styrkor

* Unik atmosfär
* Fokus på kvalitet
* Stor potential för tillväxt
* Unikt affärskoncept
* Har lång erfarenhet av caféverksamhet

Svagheter

* Hög konkurrens
* Höga startkostnader

Möjligheter

* Ökad efterfrågan på caféer
* Nya trender inom cafébranschen

Hot

* Konjunkturförändringar
* Förändringar i livsstil

**Budget**

**Startkostnader**

Kategori Belopp (kronor)

Lokalhyra (1 år) 2 000 000

Inredning 1 000 000

Maskiner och inventarier 500 000

Varulager 1 000 000

Marknadsföring 500 000

Totalt 5 000 000

**Årliga kostnader**

Kategori Belopp (kronor)

Lokalhyra (12 månader) 166 667

Personalkostnader (10 anställda) 5 000 000

Varulager 2 000 000

Marknadsföring 1 000 000

Övriga driftskostnader 1 000 000

Totalt 10 666 667

**Prognos för försäljning**

År Omsättning (kronor)

1 10 000 000

2 12 000 000

3 14 000 000

**Resultat**

År Resultat (kronor)

1 2 000 000

2 4 000 000

3 6 000 000

**Finansiell prognos**

Vi förväntar oss att caféet ska generera en omsättning på 10 miljoner kronor det första året. Resultatet beräknas till 2 miljoner kronor.

**Övriga kommentarer**

Vi tror att det finns en stor potential för tillväxt för vårt café. Göteborg är en stad med en växande befolkning och en stark ekonomi. Vi tror att vårt café kan bli en populär destination för både lokalbefolkningen och turister.