

Denne kolonne er  
forbeholdt sensor.

## Oppgave 1

### a) OPPSETT FORRETNINGSPLAN

#### VISVON

- en ledestjerne, "hårete ball" man prøver å nå og bakgrunn for valg av denne forretningsideen

#### SELVE IDEEN

- så kort og presis som overhode mulig. Skal si noe om HVA ~~man~~ ideen er, HVORFOR man har valgt denne ideen, for HVEM, og UNIKTET. Man sier at man skal kunne klare å presentere forretningsideen til andre i løpet av en tur i en heis, altså, kort og på korret, og unikhet som fenger. Ideen forandrer seg ofte etterhvert som man jobber med forretningsplanen og vinnet mer innsikt i markedet etc.

#### BESKRIVELSER

##### 1/ PRODUKT

- hvordan fungerer produktet, HVA er produktet, hva gjør det så spesielt i forhold til andre? Er det et produkt man håndfast kan kjøpe, eller er det en tjeneste eller opplevelse? Det skal komme klart

Denne kolonne er forbeholdt sensor.

fram i denne delen av oppgaven.  
Altså, en detaljert beskrivelse av  
selve produktet.

2 MARKED

Hvilke krefter drar i markedet?  
Hvem er markedsleder? Finn en  
posisjon lengst bort fra markeds-  
leder og vær kreativ, tenk anderledes  
og nytt! Kartlegg dine konkurrenter,  
både på MAKROnivå og  
MIKRONIVÅ. ~~Hvem er~~ Er ~~det~~ det  
forskjell på kunde og betaler?  
MAKRO: det store bildet, ~~skolene~~  
skal man fels jobbe ~~med~~ opp  
mot skoler, vil man på makronivå  
se på skolepolitikken pr. dags dato,  
nå fokuserer skolen i Norge på  
grunnleggende ferdigheter som skrive,  
lese, regne, og det har innvirkning  
på ~~for~~ ~~den~~ din forretningside  
som fels kunne være å ~~å~~ styrke  
posisjonen til kunstfag i skolen.  
MIKRONIVÅ: Si at jeg ville starte en  
butikk i Kr. sand som solgte  
musikkinstrumenter. Da må jeg se på  
hvordan markedet er i Kr. sand,  
er det mange slike forretninger i  
byer fra før av? Hva gjør det  
for meg om det er like er?

TEAM & KOMPETANSE

Kom med en beskrivelse av alle  
gründerne i bedriften innad.

Denne kolonne er  
forbeholdt sensor.

her er det også viktig å selge seg selv, men allikevel ikke skyte på seg erfaring eller overvet kunnskap.

Under dette punktet kan man også komme med en forklaring for hvorfor man har valgt den selskapsformen man har, f.eks. AS, ANS, DA osv, da dette også har noe å si for eventuelle investorer og lignende.

### ØKONOMISKE FORUTSETNINGER

Her stiller vi med av kapital nå? Her kommer man rett og slett med en beskrivelse av hvordan stå errent økonomisk, for å forklare eventuelle valg man måtte ta pga økonomien. Her er det også viktig å ikke skyte på seg penger man ikke har 😊

### STRATEGIER

Kotlers 4 p'er :

PRIS → KOSTNAD

PRODUKT → KUNDENYTTE

PLASSERING → KOMFORT

PROMOTION → KOMMUNIKASJON

Hvilke strategier vil vi bruke for å nå der vi ønsker å komme? ~~Markedsføring~~  
Markedsføring felles, hvilke kanaler vil vi og kan vi bruke med våre økonomiske forutsetninger?

Denne kolonne er  
forbeholdt sensor.

for eksempel vil vi benytte reklame? Salgshjelp?  
Samfunnsinfo? PR? Eller direkte salg? Denne og  
det neste punktet henger nøye sammen,  
den tar opp mål & målsetting, og de  
må samsvare med hverandre. Strategier er  
rett og slett måter man må arbeide  
for å nå måtene sine med det teamet  
man har med den forretningsideen.

~~MÅL & MÅLGRUPPE~~

MÅL & MÅLGRUPPE

Her er det viktig å snevre inn og  
avgrense så ~~vidt~~ man ikke tar seg  
vann over hodet. Her har man både kortsi-  
tige mål og en ~~overordnet~~ overnevnt visjon.  
Hvis man har fem mnd før man skal  
fysisk starte og åpne en bedrift, setter man  
seg delmål for de fem mnd. Feks. Mnd 1:  
~~føre sete~~ Ha laget ferdig en konkret  
markedsstrategi. Mnd 2. Fått inn 4 sponsravtaler.  
Dårlige eksempler, men prøvde bare å synliggjøre  
hva et delmål er, og hvor fulltbrøt arbeids-  
metode dette er. Sinn at ikke man bare  
tar sikte for ~~de~~ visjoner og et hovedmål  
med en gang, men arbeider seg gradvis  
og kontrollert fremover.

ANALYSE

Feks SWOT - analyse (Strength, Weakness, Opportunities,  
Threats) Her får man kartlagt og på forhånd  
vist at man har innsikt i sin egen  
bedrift, ved å være observant på de

Denne kolonne er  
forbeholdt sensor.

forskjellige færene man evt skulle ha. Dette starter som en brainstorming hvor man legger opp fire biser, en for hvert tema, og slår de sammen og snevter det ned til en post i forretningsplanen.

### BUDSVETT

Her viser man hvordan man har tenkt å forvalte penger, dette er selvfølgelig et godt redskap man ~~kan~~ skal ha og bruke selv, men også for eventuelle investorer og lignende er det viktig å vise at man er økonomisk og strukturert, men ikke minst er det en lønnsom bedrift? Om man ikke går i pluss 1. året eller 2. året; har bedriften noen plan på hvordan man skal gjennomføre kontrollen?

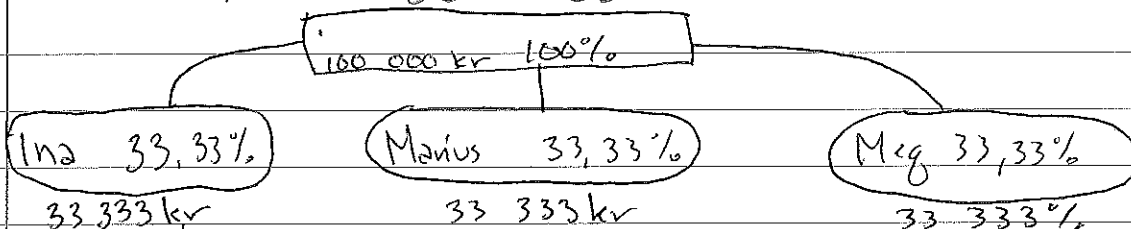
Byforretningsplanen er som sagt viktig for investorer. De ~~er~~ er potensielle finansierer av prosjektet, og de må da tro på ideen og se at det er en nøye gjennomtenkt prosess og oppsett.

Denne kolonne er forbeholdt sensor.

## OPPGAVE 2

a) Naked Island  
- international lyrics & melody

b) Når man skal velge selskapsform, er det mye man må ta stilling til. Siden vi her er tre stk som ønsker å starte denne virksomheten faller valget på et AS, altså et aksjeselskap. Grunnen til at vi velger dette, er at vi vil dele eierandelen opp i tre like deler. Vi vil da ha en eierandel i virksomheten på 33,33% hver. I et AS må man ha en startkapital på 100 000 som ligger til grunn og må være der ved oppstart. Det vil da si at hver og en av oss må gå inn i dette AS'et med 33 333 kroner



Den største grunnen til at vi velger et AS, er også muligheten for å kjøpe seg ut av virksomheten, som da har en verdi på 33 333 kr pr. hode. Plutselig vil kanskje noen trelike seg ut av virksomheten eller ha mindre andel, siden vi er i en alder nå hvor mye kan skje med tanke

Denne kolonne er forbeholdt sensor.

på hvor man skal etablere seg, få barn, studere, annen jobb osv. Da er det lettere for oss å selge våre aksjer (som da forhåpentligvis har steget 😊) enn om vi hadde valgt en annen eierform. Vi kan også velge å gjøre forhandlinger med investorer, mot at de får en andel av våre aksjer.

C) KAPITALBEHOV = 600 000 kr

EGNE MIDLER = 300 000 kr

VI MANGLER 300 000 kr

Vi er en virksomhet som er med på å sette kristiansand og spærgården på kartet både nasjonalt og internasjonalt. Derfor velger vi å gå til næringslivet i området for å få dekket vårt kapitalbehov på yende 300 000.

Først av alt kan man ta for seg bankene. ~~Jeg~~ Da tenker jeg slik at jeg ønsker å finne en bank som enda ikke har en så sterk farsak som andre banker. For eksempel Søgne & Greipstad sparebank ~~forber med støtter~~ den lokale idretten i Søgne og Greipstad, og dette er noe de benytter i sin markedsprofil. SR-bank har et eget fond for kunst, kultur og idrett som de markedsfører, ~~og dette er det jeg er interessert i~~ Nordes sponser idretten osv. Jeg ser da at de fleste banker har en slik "farsak" eller pro-bono, så da tenker jeg at det kanskje er en ide å spørre Spareskullingsbanken om midler

Denne kolonne er  
forbeholdt sensor.

av egen erfaring vet jeg at denne banken har behov for et bedre navn og nylte på sørlandet, og jeg vet også at ved hjelp av oss vil de få et bedre navn, for at de da blir knyttet opp til en festival vi mener er god og bra for sørlandet. Derfor ønsker jeg 100 000 fra SPARESKILLINGSBANKETT.

~~Jeg skulle ha vært~~ Om man følger med på reklame på TV / Anser, ser man også at de ikke er spesielt gode til å profilere seg, og har da ikke brukt så mye penger som storebrand, som man stadig ser på TV med Knut Dyre Haug.

I tillegg ønsker jeg å bruke nettverket mitt. For noen år siden startet Aktiv Eiendom opp i Dronningensgate. De har etterhvert fått en fantastisk oppsving, og siden jeg kjenner han som driver denne virksomheten i Kristiansand, ønsker jeg å spørre om sponsing av 70 000 kr.

Andre deler av nettverket mitt er Agder Teater. For å støtte opp om kunst og ikke prøve å "spise opp" hverandre, kommer jeg til å be om 50 000 kr. i spons & finansiering fra dem.

Kultursektoren i Kristiansand kommune kommer vi til å be om 50 000 kr. fra. Dette prosjektet er som sagt nyttig ~~for~~ for Kristiansand og omegn, med tanke på at vi genererer fler besøgende turister til Kristiansand enn om vi ikke hadde hatt denne festivalen.



Denne kolonne er  
forbeholdt sensor.

Fevennen / Fædrelandsvennen kommer jeg også til å  
be om 30 000 kr. Vi mener at vi er et  
tilskudd til hva suser da kan skrive om, siden  
~~det~~ vi kommer til å være veldig i vinder, og  
igjen, lokalt forankret, samme som Fevennen.

Da vil regnestykket vårt se slik ut:

KAPITALBEHOV	600 000
- EGNE MIDLER	300 000
<u>KAPITALBEHOV</u>	<u>300 000</u>
- SPARESKILLINGSBANKEN	100 000
- AKTIV EIENDOM	70 000
- AGDER TEATER	50 000
- KRISTIANSAND KOMMUNE	50 000
- FÆDRELANDSVENNET	30 000
<u>KAPITALBEHOV</u>	<u>= 0</u>

Man kan jo ikke regne med 100% oppslutning  
rundt disse sponsorene, men dette er et  
utgangspunkt, og at vi har noen i bakånd  
om ikke dette skulle gå.

Eksempel: Spareskillingsbanken byttes ut med tBank <sup>(plus-bank)</sup>  
Aktiv eiendom byttes ut med Nøgne & byggen

Denne kolonne er  
forbeholdt sensor.

d) Festivalen kalles The Naked Island, international lyrics and melody, kalt opp etter vår kjære Terje Wiigen. (på den ytterste nøyne ø) Naked Island vil gå over en 2-3 dagers periode, avhengig av det respektive året. Det første året vil vi ha en 3-dagers.

Noe av det veldig fine med Naked Island, er hvordan vi har fått lagt det opp for deltakerne på disse arrangementene. ~~Det er veldig fint at~~

festivalen blir lagt opp slik at artistene blir med på hele festivalen. Vi gjør det sånn at de får en noe lavere lønn for selve opptreden, men vi ønsker å ha en avtale med Hotel Norge eller Claron Hotel Ernst, hvor artistene bor (som vi selvfølgelig dekker) - der de får frokost på hotellet, og en felles middag (Lever av Maxi Catering - de er rimelige og leverer i store kvanta) på festivalområdet på papptallerkener. Dette gjør sånn at artistene får det som en slags miniferie, hvor de kan se hvordan andre land arbeider med visesang og kan selv finne ny inspirasjon når de skal hjem igjen. Jeg tror at dette vil fungere for denne typen mennesker, i motsetning til en rap eller RnB popfestival hvor man tenker underveis. ~~Disse~~ Disse visefolkene er fra en del av samfunnet som ikke er spesielt stor, og da de får først for mulighet

Denne kolonne er  
forbeholdt sensor.

til å samles og dyrke interesser, tror jeg det kommer til å passe med en slik ~~en~~ årlig samling som etterhvert blir en tradisjon hvor mange av de samme kommer igjen år etter år.

I tillegg, siden vi alle vet at visesang ikke er en greie alle har informasjon om, kommer vi til å arrangere temakonsert, sånn at folk vet hva det går i. For eksempel én kveld skal vi ha en temakonsert som omhandler kjærlighet og romantikk i fjæra. Det vil da bli en helhetsopplevelse; publikum sitter rundt et stort bål, får utdelt ~~kompisler~~ og en pølsepinne, kan kjøpe seg en glasspils og sitter rundt bålet og hører konserten. Dette vil kanskje være en ny opplevelse for mange, de kan knytte vises til noe romantisk, koselig, og en god opplevelse i sin helhet. Viser og spærgården hører sammen, eller rettere sagt, vises og natur hører sammen. Derfor vil alle konsertene foregå utendørs, det meste på kveldstid.

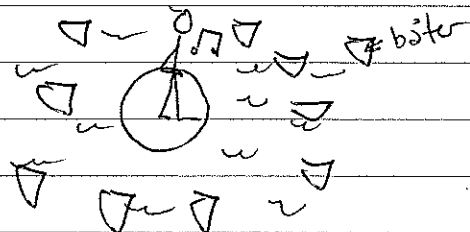
~~Hvert år for festivalen et tema, som vil bytte fra år til år.~~

Noe av det unike er ~~no~~ nemlig som jeg tidligere nevnte; det blir som en slags "ferie" og inspirasjon for artistene. Noen av konsertene kommer til å gå samtidig (sånn at man går glipp av noe) ~~men~~ men vi kommer til å prøve å legge det opp slik at flest mulig får sett alt. Mye av konsertene vil skje på øyer rundt om i spærgården ved Kristiansand

Denne kolonne er  
forbeholdt sensor.

hvor man da må benytte seg av båt for  
å komme dit, som selvfølgelig blir sett opp til  
arrangementet.

Noe annet viktig vil også være gratiskonserter  
Gratiskonserter er ikke så viktig i seg selv, men  
måten de blir utført på er noe viktig.  
Festivalen vil skje på sommertid, hvor det  
er mange båter i omgivelsene i mange  
privatbåter. På ei lita øy i sjøgården setter  
vi opp ordentlig PA (lydstyr 01) og har  
en konsert med en person & en gitar,  
som folk vil høre tydelig når de er ute  
i sine private båter. Da ønsker vi at de  
stopper opp i båtene sine, for å høre  
vise om sommer, vår, kjærlighet & god stemning



Denne kolonne er forbeholdt sensor.

e)

KOTLERS FIRE P-ER

PRIS → KOSTNAD

PRODUKT → KUNDENYTTE

PLASSERING → KOMFORT

PROMOTION → ~~PROMOTION~~ KOMMUNIKASJON~~XXXXXXXXXX~~

Howdan skal man markedsføre Nøked Island, og hvilke kommunikasjonsformer skal benyttes?

Reklameoppslag i aviser, legge ut flyers på plasser som sponser oss (Spørskilingsbanken, Akhu (Eindom osv))

stunts i Markens av vise sangene før festivalstart, eksklusive tilbud til næringslivet og Universitetet i

Agder + videregående skoler som vi først ringer og spør via direkte salg ~~over~~ og informerer om at

vi kommer til å sende en mail ang et eksklusivt tilbud, og en uke etter vi har sendt mailen,

ringer vi og hører om de konkret er interesserte. Grunner til at vi gjør det på denne måten,

at vi ringer og spør oss inn på kundene, er fordi vi vet av erfaring at om vi bare sender

en mail til kunder, og setter alt opp til dem, er det lite spings for at de i det hele

tatt har lest mailen, eller synes det er stress å ta kontakt hvis vi bare sier at de skal

svare på en mailadresse eller ringe et nummer. Undersøkelser viser også at god markedsføring

i stedet for ny teknologi er det utslagsgivende når det kommer til å lykkes eller ikke

lykkes.

Denne kolonne er forbeholdt sensor.

Plasseringen vår er også et unikt fortrinn. Vi i Norge har så mye forskjellig natur som man kan spille på; både spærgård, fjell og fjorder. I Kristiansand & på sørlandet har vi en vakker spærgård som er attraktiv både for oss og for tilreisende. Derfor må man benytte seg av den, og være stolte av den og vise den frem. Derfor vil vi, når vi sender innbydelser til visesanger ved rundtlegg, legge ved en beskrivelse av Norge, og bilder av hvor vi ønsker å ha vår festival, Naked Island. ~~Konsertene~~ Konsertene vil bli holdt innefor et lite geografisk område, så derfor vil ikke transport/reiselengde her man først er der være noe problem. I tillegg <sup>befinner vi oss i</sup> ~~har vi en~~ storby, med andre muligheter om det skulle være ønskelig.

Produktet vårt er opplevelser, noe vi <sup>mennesker</sup> ~~alle~~ aldri kan få nok av. Nye opplevelser både for artister og publikum. Nytt av dette produktet er rett og slett et tilskudd til sørlandets mangfold i festivaler, samt en hyllest til spærgården og sørlandet. Kostnaden på dette er relativt lik andre festivaler. Der andre festivaler betaler en høy sum for innslag og konserter, ønsker vi å legge et lavere ~~litt~~ beløp på selve opptreden, og bruke på med overnatting og mat ~~og andre~~.

Denne kolonne er  
forbeholdt sensor.

f)

ØVETENNOMFØRINGSPLANJUNI

Utarbeide forretningsplan

JULI

Dra rundt på diverse øyer og finne whenu til konserter, ta bilder.

Sende ut forretningsplan/kontakte sponsorer

AUGUST

lage liste over eventuelle artister, formulere et skriv til dem som en invitasjon

-legge ved bilder

Ny kontakt med sponsorer

SEPTEMBERFå inn tilbud fra PA-(lyd/lys) fra firmaer  
Close sponsoravtalerOKTOBER

Se hvor det mangler penger,

kontakte nye sponsorer

NOVEMBER

Få tilbud fra hoteller om rimelige overnattinger

DESEMBER

Bestemme oss for tilbud fra lys/lyd.

JANUAR

Spekke interessen for festivalen blant artistene

FEBRUAR

Finne en kjent person til å tale på åpningstesten

MARSGjøre som Quartfestivalen, få inn grupper med frivillige arbeidere som får festivalpass i betaling  
Søke om skenkebevilling

Denne kolonne er  
forbeholdt sensor.APRIL

Sette sammen arbeidsgrupper av de frivillige

MAI

Briefing med PA,

sende ut gruppe tilbud til skoler og næringsliv  
samt kommunen, close avtaler med artisterJUNISiste innspurt, sjekke artistkontakter, riggere (frivillige)  
dobbeltsjekk booking av hotellrom samt matJULI

Festivaler!

AUGUST

SWOT-analyse av festivaler

SEPTEMBER

Vurdering om det er lønnsomt å fortsette

OKTOBER8) ~~1)~~ UNIVERSITETET I AGDERVi har studenter ute i praksis hos oss, etc  
musikk-fag og andre kunstfag for vise siff.  
Samarbeider med Universitetet.

300 000 kr

2) AKER SOLUTIONS

rett og slett fordi de trenger en  
fonesak og vise sitt nye navn (AKER KVÆRNER) 150 000 kr

3) COLOR LINE 200 000

Har vist stor interesse for nær området kr. sand.

4) OLAV THON / THON HOTELS

Choice-kjeden ~~har~~ har en fonesak, nemlig  
regnskapen. Thon er en ganske ny



Denne kolonne er forbeholdt sensor.	<p>kandidat på dette markedet. Han kan da være en stolt sponsor av kultur, og da også Naked Island. 250 000</p> <p>5) <del>STATOIL</del> STATOIL - fordi de sponsrer ofte arrangementer 100 000</p>												
	<p>h) MULIGHETER</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o bli en integrert del av festival sommeren i Kristiansand</li> <li>o vi kan bli en "vise-hovedstad" i Norge</li> <li>o kommersialisere viser som musikkspinger</li> </ul>												
	<p>hvor stor sannsynlighet 1 = lav 5 = høy</p> <p>↓</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;"></td> <td style="width: 5%; text-align: center;">3</td> <td style="width: 45%;">RISIKO</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>o Veldig mange andre festivaler som tar fokus bort, for mange tilbud til at vi drar</td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;">3</td> <td>o Ikke få nok sponsorer</td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;">1</td> <td>o for lite interessenter</td> </tr> </table>		3	RISIKO			o Veldig mange andre festivaler som tar fokus bort, for mange tilbud til at vi drar		3	o Ikke få nok sponsorer		1	o for lite interessenter
	3	RISIKO											
		o Veldig mange andre festivaler som tar fokus bort, for mange tilbud til at vi drar											
	3	o Ikke få nok sponsorer											
	1	o for lite interessenter											