

Elina Loog

Liiketoimintasuunnitelma

Ben`s Coffee

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Tradenomi

Liiketalouden koulutusohjelma

Opinnäytetyö

Kesäkuu 2018

Tekijä(t) Otsikko Sivumäärä Aika	Elina Loog Liiketoimintasuunnitelma Ben`s Coffee 21 sivua + 2 liitettä Kesäkuu 2018
Tutkinto	Tradenomi
Koulutusohjelma	Liiketalouden koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	Markkinointi
Ohjaaja(t)	Lehtori Raisa Varsta
<p>Tämän opinnäytetyön tarkoitus on laatia toimiva liiketoimintasuunnitelma Helsinkiin perustettavalle kahvilalle. Tämä opinnäytetyön tuloksena syntynyt liiketoimintasuunnitelma on täysin toteuttamiskelpoinen ja helposti muokattavissa tulevaisuudessa. Liiketoimintasuunnitelmassa keskitytään enimmäkseen kilpailijoihin, asiakkaisiin ja tuotteisiin. Tavoitteena on myös selvittää, onko liikeidea kannattava pääkaupunkiseudulla.</p> <p>Opinnäytetyössä käsitellään liiketoimintasuunnitelman sisältöä ja sen teoriaa. Keskeiset asiat ovat alustava markkinointisuunnitelma sekä markkinatilanteet. Liiketoimintasuunnitelman teoriaosuus on hankittu internet-lähteistä ja eri kirjallisuuksista. Apuvälineenä käytetään myös laadullista tutkimusta, joka pitää sisällään erilaisia havaintoja kilpailevien yritysten toiminnasta.</p> <p>Työssä tutkitaan kahvilan perustamiseen liittyviä riskejä, haasteita sekä ravintola-alan säädöksiä. Opinnäytetyössä käsitellään keskeiset asiat liiketoimintasuunnitelmassa. Liiketoimintasuunnitelma keskittyy enemmän yrityksen toimintaan jättäen perustamistoimen, talouspuolen sekä rahoitusasiat vähemmälle, koska ne eivät ole vielä tässä yrityksessä ajankohtaisia.</p> <p>Kahviloilla on kova kilpailu pääkaupunkiseudulla, mikä nostaa riskiä perustettavalle kahvilalle. Hyvällä suunnittelulla on mahdollista päästä kilpailemaan muiden joukkoon.</p>	
Avainsanat	liiketoimintasuunnitelma, liikeidea, yrittäjä, kahvila, kahvilan perustaminen, markkinointi.

Author(s) Title Number of Pages Date	Elina Loog Business Plan Ben`s Coffee 21 pages + 2 appendices 18 June 2018
Degree	Bachelor of Business Administration
Degree Programme	Economics and Business Administration
Specialisation option	Marketing
Instructor(s)	Raisa Varsta, Senior Lecturer
<p>The purpose of the Bachelor's thesis is to establish a well-functioning business plan for a coffee shop in Helsinki. This thesis is fully feasible and easily editable in the future. The business plan focuses mainly on competitors, customers and products. The aim is also to find out whether the business idea is profitable in the metropolitan area.</p> <p>The thesis deals with the contents of the business plan and the theory. The key issues are the preliminary marketing plan and the market situation. The theory of the business plan has been acquired from internet sources and from various literatures. A qualitative research method was also used as a tool. Different observations were made about the operations of competing companies through qualitative research.</p> <p>The study examines the risks, challenges and regulations of the restaurant industry. The thesis deals with key issues in the business plan. The business plan will focus more on the company's operations, but the founding act, the economic and financial side of operations are not examined in detail, because they are not yet current in this company.</p> <p>It has been discovered that coffee shops have a fierce competition in the Helsinki area, which raises the risk of a new cafeteria to be set up. With good design, however it is possible to compete with others.</p>	
Keywords	business plan, business idea, entrepreneur, café shop, startup cafe shop, marketing.

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Lähtökohdat ja opinnäytetyön tavoitteet	1
1.2	Tutkimusaineisto	2
1.3	Työn muoto ja rajaukset	3
2	Liiketoimintasuunnitelma	3
2.1	Liiketoimintasuunnitelman perusteet	4
2.2	SWOT-Analyysi	5
3	Tuotteet ja palvelut	6
3.1	Tuotteet	6
3.2	Palvelut	7
4	Markkinointi ja asiakkaat	8
4.1	Markkinointi	8
4.1.1	Offline mediat	10
4.1.2	Online mediat	11
4.2	Asiakkaat	11
4.3	Hinnoittelu	12
5	Markkinat ja kilpailija	13
5.1	Markkinatilanne	13
5.2	Kilpailijat	13
6	Yritys	15
6.1	Toimitila	15
6.2	Luvat	16
6.2.1	Omavalvonta	17
6.2.2	Anniskelu	17
6.2.3	Pelastussuunnitelma ja turvallisuus	18
6.2.4	Musiikinluvut	18
7	Rahoitus ja kirjanpito	19
7.1	Rahoitus	19
7.2	Kirjanpito	19

8	Yhteenveto	20
	Lähteet	22
	Liitteet	
	Liite 1. Liiketoimintasuunnitelma	
	Liite 2. Havainnointikaavio	

1 Johdanto

1.1 Lähtökohdat ja opinnäytetyön tavoitteet

Opinnäytetyöni aiheena on laatia liiketoimintasuunnitelma omasta kahvilasta pääkaupunkiseudulla. Lähtökohdiana on tutkia eri kahviloiden tarjontaa, asiakaskuntaa sekä sijaintia. Katselen laajasti eri näkökulmista mahdollisia kilpailijoita sekä riskejä ja mahdollisuuksia. Tavoitteena on laatia sekä suunnitella toimiva liiketoimintasuunnitelma. Suunnitelma antaa realistisen kuvan yrityksen toiminnasta sekä tuo uusia ideoita yrittäjyyteen.

Kahvilan idea on lähtöisin Etelä-Euroopasta, sillä etelässä on muun muassa erilainen palvelukulttuuri sekä tuotteet. Ulkomailta olen huomannut, että asiakaspalvelu on todella asiakaslähtöistä ja ystävällistä. Olen huomioinut, että jokainen asiakaspalvelija on palvellut asiakkaitaan kuin omaa perhettänsä. Mielestäni sellainen palvelu tuo hyvän ja lämpimän tunnelman kahvilaan. Minun ideana on tämän pohjalta tuoda Suomeen uudenlainen kahvilakulttuuri. Liiketoimintasuunnitelmalla voidaan tutkia, että onko liikeidea kannattavaa Suomessa.

Liiketoimintasuunnitelmaa voi käyttää työkaluna tulevaisuudessa muun muassa kehittämiseen tai johtamiseen. Liiketoimintasuunnitelma tarkoittaa yrittäjän näkemystä perustettavan yritystoiminnan kokonaisuudesta sekä yrityksen tulevaisuuden menestymisen tai muutoksen toimintaympäristöstä. Rahoituksessa liiketoimintasuunnitelma on yksi tärkeimpiä asiakirjoja, sillä siitä näkee hyvin yrityksen mahdollisen menestymisen sekä yrityksen mahdollisuuden pärjätä markkinoilla. (Isokangas & Kinkki 2002, 232.)

Aloitan tutkimalla ja lukemalla kaikkia erilaisia tietoja liiketoimintasuunnitelman eri vaiheista sekä tutkimalla myös kahvilan perustamiseen liittyviä seikkoja. Opinnäytetyöni teoriaosuudessa kuvaan liiketoimintasuunnitelman vaiheet. Työn lopussa kokoan teorian ja omien havaintojeni pohjalta ehdotuksen kahvila liiketoimintasuunnitelmaksi (liite 1). Aion käydä eri kahviloissa opinnäytetyöni aikana tutustumassa kilpaileviin yrityksiin. Etsin myös vapaita vuokratiloja, johon kahvilan voisi tulevaisuudessa perustaa. Toivon löytäväni mahdollisimman persoonallisen tilan

yrittystäni varten. Analyysi vaiheet näkyvät tarkemmin lopussa liiketoimintasuunnitelmassa sekä yhteenvedossa.

1.2 Tutkimusaineisto

Tutkimukseni lähdeaineistoa hankin internet-sivustoista, joista voin tutkia kansainvälisiä kahviloita ja asiakkaiden toiveita. Internetistä pystyn etsimään muun muassa kahvilan perustamiseen tarvittavia tietoja liiketoimintasuunnitelmaan.

Internetin lähteinä tärkein sivusto on NewCo, jossa kerrotaan tarkasti yrittäjyydestä ja sen haasteista. NewCo sivustolta saa hyvän alun liiketoimintasuunnitelmaan, koska sieltä löytyy täydellinen liiketoimintasuunnitelman malli sekä heiltä voi kysyä neuvoa tarvittaessa. NewCo yritykseen ja sen sisältöön voi myös tutustua esimerkiksi messuilla joissa voi käydä kysymässä neuvoa tai kuuntelemassa heidän luentojaan. NewCo yritykselle suositellaan varamaan aika, jos haluaa tapaamisen messujen yhteydessä.

Aion myös käyttää aiheeseen liittyvää kirjallisuutta, jonka etsin kaupungin sekä koulujen kirjastoista. Etsin kirjallisia lähteitä muun muassa liikeideasta, yrityksen perustamisesta, markkinoinnista, esimiestyöstä, rahoituksesta, viestinnästä sekä kahviloista ja ravintoloista. Aion selvittää, millaisia erilaisia lupia yrittäjän tulee hankkia, joita pitää hankkia ennen kahvilan perustamista.

Tutkimusaineistona hyödynnän havaintojani erilaisista kahviloista, sillä jokaisesta kahvilasta löytää uusia ideoita. Aion tutkia Suomen suosituimpia kahviloita, (ketjuja) sekä pienempiä ja erikoisempia kahviloita. Teen havaintoja muun muassa tarjonnasta, hintatasoista, sisustustyyleistä sekä palvelusta. Kirjaan nämä ylös ja saan hyviä ideoita omaan toimintaan. Teen havainnoimalla laadullisen tutkimuksen, josta on hyötyä liiketoimintasuunnitelmassani (Survey Monkey). Havaintojeni pohjalta voin suunnitella, ja miettiä mitä haluan omaan kahvilaani. Laadullista tutkimusta kutsutaan kvalitatiiviseksi tutkimukseksi. Laadullisen tutkimuksen ei tarvitse olla laaja, vaan siinä pyritään ymmärtämään tutkittavia ilmiöitä. Tämä tarkoittaa sitä, että tutkimuksen ilmiöiden merkitystä ja tarkoitusta pystytään selvittämään sekä syvemmän että kokonaisvaltaisemman kuvan saamiseksi. (Hirsjärvi & Huttunen 1995, 174, 201.)

Mielestäni Suomen tämänhetkiset suurimmat ja suosituimmat kahvilat ovat Starbuck`s, Wayne`s Coffee, Coffee House ja Fazer. Erikoisemmat ja pienemmät kahvilat ovat

muun muassa Cafe Regatta, Paulig Kulma, Kahvila Kampela sekä Kissakahvila Helkatti. Pieniä sekä eri tyyliisiä kahviloita löytyy paljon pääkaupunkiseudulla. (Helsingin kahvilat.) Kahviloiden tutkimiseen menee aikaa suhteellisen paljon, koska kahviloita on valtavasti pääkaupunkiseudulla. Aion tehdä benchmarkkausta eli vertailukehittämistä, jonka ajatuksena on etsiä omaan ideaani vastaavia kahviloita, joiden toimintamalleja voin hyödyntää omassa toiminnassa.

1.3 Työn muoto ja rajaukset

Tämä työ on toiminnallinen opinnäytetyö, jossa suunnitellaan tulevalle kahvilalle liiketoimintasuunnitelmaa. Toiminnallinen opinnäytetyö on työelämän kehittämistyö, jossa pyritään saavuttamaan konkreettinen tulos (Virtuaaliammatti korkeakoulu 2014).

Toiminnallisessa työssä on yleensä toimeksiantaja, mutta tässä opinnäytetyössä sitä ei ole. Toiminnallinen opinnäytetyö on kaksiosainen, sillä se sisältää toiminnallisen osuuden sekä opinnäytetyöraportin. Toiminnallisessa osuudessa selvitetään ja tutkitaan eri aineistoja. (Virtuaaliammattikorkeakoulu). Toiminnallisen osuuden kirjoitan liiketoimintasuunnitelman pohjalle, jonka saan Newco internet sivustolta. Näin opinnäytetyöstä saadaan konkreettinen lopputulos.

Pidän opinnäytetyöni yksinkertaisena, jotta lukijan on mahdollisimman helppoa seurata tekstiä. Ajatukseni on tulevaisuudessa hyödyntää liiketoimintasuunnitelmaa vuoden päähän. Olen miettinyt tarkasti mitä kaikkea haluan liiketoimintasuunnitelmaan ja päätin käyttää Newcon tarjoamaa mallia. Kirjoitan lopputyöhön muun muassa yrityksestä, liiketoimintasuunnitelmasta, tuotteista ja palveluista, asiakkaista ja markkinoinnista, kilpailijoista ja markkinatilanteesta. Viimeisessä luvussa on johtopäätökset.

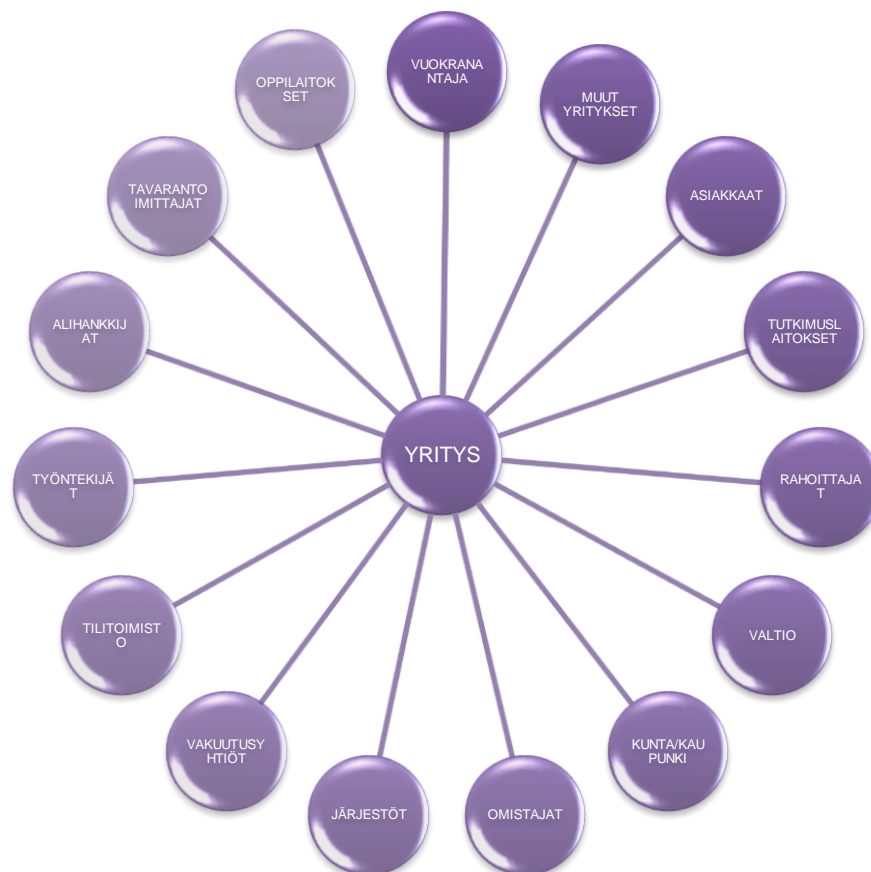
Opinnäytetyön jälkeen on helpompaa perustaa yritys, kun on laadukas liiketoimintasuunnitelma laadittu sekä on mahdollisuus saada esimerkiksi helpommin yritykselle apurahaa.

2 Liiketoimintasuunnitelma

2.1 Liiketoimintasuunnitelman perusteet

”Liiketoimintasuunnitelma on se työkalu, jonka avulla liikeideaa voidaan järjestelmällisesti kehittää kohti varsinaista liiketoimintaa.” (Mckinsey 2000, 47.)

Liiketoimintasuunnitelma on hyvin oleellinen ja tärkeä työkalu yrityksen perustamisvaiheessa sekä tulevaisuudessa. Myöhemmässä vaiheessa liiketoimintasuunnitelma on yritykselle tärkein työkalu toimintojen kehittämiseksi. Liiketoimintasuunnitelman tulisi olla realistinen, eli siinä tulisi näkyä yrityksen konkreettiset suunnitelmat kuten esimerkiksi budjetointi, kulut, markkinointisuunnitelma sekä miten kaikkia toteutetaan. Liiketoimintasuunnitelma perustuu omaan yritysideaan, joka toteutetaan eri teorioiden kautta ja se pitää sisällään esimerkiksi yrityksen perustiedot, rahoitus, kilpailijat, markkinat, markkinointi, tuotteet, laskut ja asiakkaat. (Raatikainen 2012, 42-43.)



Kuvio 1. Yrityksen sidosryhmäverkko (Raatikainen 2012).

Kuvio 1 kertoo yrityksen sidosryhmistä. Sidoryhmiä ovat kaikki ne, joiden kanssa yritys on tekemisissä. Esimerkiksi sidoryhmät saattavat vaikuttaa yrityksen toimintaan sekä yritys saattaa vaikuttaa sidoryhmien toimintaan. Kuviossa on mukana kaikki keskeiset tekijät sidoryhmässä. (Raatikainen 2012, 30.)

Liiketoimintasuunnitelmassa on hyvä miettiä kolme tärkeintä kysymystä: missä olemme nykyhetkellä, mihin olemme menossa ja miksi sekä miten valittuun päämäärään päästään. Liiketoimintasuunnitelmaa tarvitaan koko yrityksen elämänsä ajan, sillä toimiva suunnitelma kattaa yritykselle tarpeelliset analyysivälineet kuten esimerkiksi yrityksen perusstrategian ratkaisut. Se auttaa yritystä kasvattamaan asiakaskuntaa kotimaan sekä kansainvälisillä markkinoilla. Liiketoimintasuunnitelma auttaa yrityksen toiminnassa päivittäin esimerkiksi muutoksissa kriiseissä, omistajien vaihdossa tai yrityksen ostossa. Liiketoimintasuunnitelma suositellaan tekemään loogiseksi ja kattavaksi, jotta saadaan yrityksestä kaikki olennainen tieto esille. Hyvä liiketoimintasuunnitelma on tiivis, selkeä ja vain noin 30 sivuinen liitteinen. Suunnitelmassa voidaan myös löytää aukkoja varhaisessa vaiheessa, jotka estävät virheiden tekemisen. (Isokangas & Kinkki 2002, 232, 233, 235.)

Yrittäjän kannattaa nimeä miettiessä vieraila sivulla <http://www.prh.fi/>. Tältä sivustolta saa hyviä nimi-ideoita ja näkee, ettei toinen yritys ole jo patentoinut kyseistä nimeä. Tästä tietolähteestä saa myös hyvät tiedot tavaramerkin rekisteröinnistä ja patentoimisesta. Viimeisenä, muttei vähimpänä <http://www.yrittajat.fi/> sivusto antaa monipuolista apua yrittäjille verkostoitumiseen, kouluttautumiseen ja sieltä saa tietoja lakimuutoksista. (Uusyritys keskus 2017.)

2.2 SWOT-Analyysi

Yrityksen toimintaa voidaan arvioida SWOT-analyysin avulla. SWOT-analyysi on yksi suosituimpia analyysimenetelmiä yrityksissä. Analyysin avulla on tavoitteena tunnistaa yrityksen ulkoiset ja sisäiset tekijät esimerkiksi vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat. (Yritys- ja ympäristöanalyysi SWOT.)



Kuvio 2. SWOT-analyysi yritys- ja ympäristöanalyysistä (Onnistunut yrittäjä 2015).

Kuvio 2 on nelikenttä, joka on SWOT-analyysi. Kuvion vasen puoli kertoo positiiviset asiat ja oikea puoli kertoo taas negatiiviset asiat. Kuviossa on vielä yläpuolella yrityksen sisäiset tekijät ja alapuolella ulkoiset tekijät. (Onnistunut yrittäjä 2015.)

Analyysin avulla huomataan kaikki mahdolliset uhat ja mahdollisuudet, joita suositellaan hyödyntämään liiketoimintasuunnitelmassa. SWOT-analyysi on siis työkalu, jonka avulla voidaan tutkia yrityksen sisäistä kyvykkyyttä ja resursseja. Vahvuudet ja heikkoudet kuvaavat yrityksen sisäisiä voimavaroja esimerkiksi yrityksen yleistä osaamista ja puutteita. Mahdollisuuksilla ja uhilla tutkitaan yrityksen ulkopuolista kilpailu- ja toimintaympäristöä. (Koski & Virtanen 2005, 50.)

3 Tuotteet ja palvelut

3.1 Tuotteet

Tuotteiden saatavuus on laaja, siksi pitää miettiä tarkkaan minkälaisia tuotteita myy ja minkälaista laatua haluaa tarjota asiakkailleen. Leipomo puolelta on muun muassa tarjolla Fazer tai muut leipomomyymälät, joiden myyntiedustajien kanssa voidaan suunnitella tuotteiden tarjonnasta. Elintarviketukun kautta saadaan hankittua myös tuotteita ja raaka-aineita. Hyvän yhteistyökumppanin kanssa voidaan suunnitella

kahvilan tarjontaa, jolloin saadaan laatu ja kustannukset kohtaamaan. Liikeideaan pitää myös suunnitella mitä tuotteita myy, esimerkiksi vegaanisia, laktoosittomia tai pelkästään gluteenittomia tuotteita. (Yhteistyökumppanimme.)

Kahvilassa voi olla laaja valikoima tuotteita, mutta laaja valikoima ei välttämättä ole kannattavaa. Tuotteiden saatavuus on mahdollisesti haastavaa aluksi, kun etsii itselleen sopivan yhteistyökumppanin, mutta jatkossa saatavuus helpottuu (Kahvilan tai ravintolan perustaminen).

Tuotteiden valinta perustuu pitkälti hinnan ja laadun suhteeseen. Yrittäjän tulee miettiä, että aikooko hän leipoa itse kaikki kahvilan tuotteet vai puolet tuotteista tai ostetaanko kokonaan valmiiksi tehtyjä tuotteita? Suotavaa on miettiä myös jakelukanava vaihtoehtoja, sillä jakelukanavia on monenlaisia kuten suora myynti, tukkukauppa, vähittäismyynti tai myyntiedustus. Jakelukanavan valintaan vaikuttaa se, kuinka nopeasti tuotteita haluaa yritykseen ja mikä on yrityksen aikataulu. (Raatikainen 2018, 170-171.)

Tuotteiden hinnoittelu on myös erittäin tärkeää. Hinnan tulee olla kohderyhmälle sopiva. Liian alhainen hinta saattaa vaikuttaa yrityksen imagoon tai kateprosenttiin. Liian korkea hinta on myös huono, sillä asiakas ei halua ostaa ylihinnoiteltua tuotetta, jos kilpailijalta saa samaa tuotetta halvemmalla. Hinnoittelu on tärkeä osa yritystä. Yrityksen tulee arvioida, kuinka paljon yrityksellä on varaa käyttää rahaa esimerkiksi markkinointiin sekä onko yrityksellä resursseja tuotekehitykseen. Liiketoimintamalli ja tuotteen tärkeimmät kysymykset ovat:

- Miksi yrityksen kannattaa kehittää uusi palvelu tai tuote?
- Miten tuote eroaa markkinoilla ja sen olevista kilpailijoista?
- Miten tuotteelle ja palvelulle saadaan lisäarvoa, mistä asiakkaat ovat valmiita maksamaan? (Raatikainen 2008, 148-149.)

3.2 Palvelut

Yrityksille on hyvin tärkeää keskittyä hyvään asiakaspalveluun ja asiakkaiden mukavuuteen. Yritykset keskittyvät moniin tekijöihin esimerkiksi yrityksen kasvuun, tuotteisiin, palvelun tarjontaan, toiminnan tehostamiseen ja innovaatioihin, mutta tärkein niistä on keskittyminen asiakkaisiin. Tärkeintä on saada asiakkaat valitsemaan juuri sinun yrityksesi palvelun tason ja tuotteiden valikoiman takia. Paras tapa erottua

kilpailijoista on juuri asiakaspalvelun ja tuotteiden saatavuuden avulla. Tärkein on asiakaskokemus. (Aarnikoivu 2015, 19–20; Löytänä & Korteso 2011, 9.)

Asiakaspalvelu on tapa erottua kilpailijoista, sillä parempi palvelu tuo aina asiakkaat uudelleen asioimaan. Asiakas ei välttämättä huomaa palvelun kaikkia vaiheita, mutta jotkut pienetkin eleet voivat olla merkittäviä ja ratkaisevia tekijöitä asiakkaan ja asiakaspalvelijan välisessä vuorovaikutuksessa. (Lahtinen & Isoviita 2000.)

Palvelujärjestelmä voidaan jakaa osatekijöihin, joihin kuuluu palvelukulttuuri, palvelupaketti, palvelutuotanto sekä palvelun laatu. Asiakas kokee ja aistii palvelukulttuurin palveluyhteisössä, jossa on palveluyhteisön ilmapiiri. Palvelupaketti taas on rakennettu keskeisen palvelun ympärille, jossa huomataan mitä palveluyhteisössä tehdään. Hyvä esimerkki on ravintola, jossa palvelupakettiin kuuluu herkullisen lounaan lisäksi jälkiruoka sekä kahvi. Palvelutuotanto taas tarkoittaa sitä, jossa asiakas on kontaktissa eri tuotantoprosessien kanssa, joihin kuuluu esimerkiksi henkilöstö ja palveluympäristö eli asiakkaat. Palvelun laatuun voi vaikuttaa ja parantaa sitä esimerkiksi selvittämällä asiakkaan tarpeet ja sekä näiden kolmen osatekijän toimivuus. (Lahtinen & Isoviita 2000.)

Kahvilan lisämyyntiä voidaan kasvattaa hyvän palvelun kautta. Asiakaspalvelijalla tulisi olla hyvä ihmistuntemus sekä motivaatio, jotta hän pystyisi tarjoamaan asiakkaalleen oikeaa tuotetta oikeaan aikaan. Pienikin lisämyynti tuo yritykselle tulosta. (Storbacka & Lehtinen 2002.)

4 Markkinointi ja asiakkaat

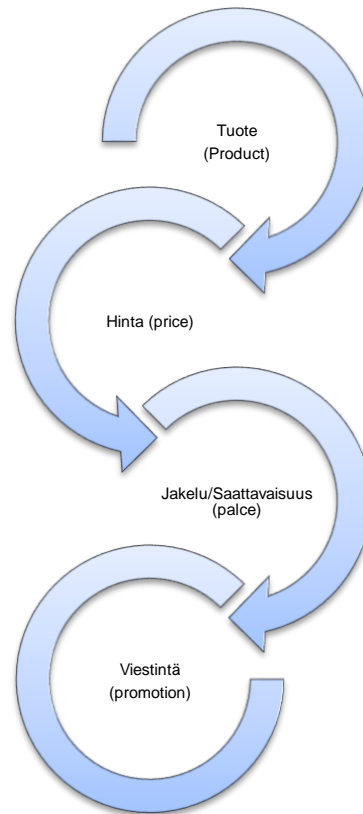
4.1 Markkinointi

Monet ihmiset eivät tiedä tarkalleen mitä markkinointi on. Monet luulevat, että markkinointi tarkoittaa pelkästään myyntiä, mutta se on paljon muutakin. Markkinointi on myyntiä, mainostamista, asiakkaiden lähestymistä sekä yrityksen kasvua. Markkinointi on yksi tärkeimmistä tekijöistä liiketoimintasuunnitelmassa. Markkinointi on liiketoiminnallinen tehtävä, joka hyödyntää hyvin kehittyneitä johtamistekniikoita. (Lancaster & Reynolds 2004, 1.)

Markkinointisuunnitelman täytyy olla yksinkertainen, jotta jokainen ymmärtää idean helposti. Sen pitää olla selväpiirteinen, täsmällinen ja yksityiskohtainen, jotta ei synny epäselvyyttä. Suunnitelman pitää olla myös toteuttamiskelpoinen, eli realistinen tavoitteiden ja toteutuksen osalta. Sen pitää myös olla joustava, jotta se takaa mahdollisuudet muutoksiin. Markkinointisuunnitelma on käytännön työkalu, josta ilmenee vastualueet ja aikataulut. (Esseepankki 2016.)

Markkinoinnin suunnittelu näyttäisi olevan yksinkertainen sekä looginen ”askel askeleelta” -prosessi. Markkinoinnin suunnitelmassa on monia eri vaiheita mutta sen ei tarvitse olla pitkä tai monimutkainen. Markkinointisuunnitelma pitää sisällään tietoja kysynnästä, kilpailijoista, vastuualueista, toimenpiteistä ja niiden tavoitteista, aikatauluista, koordinoimisesta sekä kehittämisestä ja segmentoinnista. Uutena markkinointisuunnitelmaan kuuluu myös hakukonemarkkinointi. (Tulos. Markkinointisuunnitelma.)

Markkinointi kehittyy jatkuvasti ja yrittäjän pitää olla valmiina uusiin haasteisiin. Markkinoinnin tehtävänä voidaan pitää kysynnän tyydyttämistä sekä vaikuttamista. Yritykset saavat tuotteiden tai palveluiden kysynnän kasvamaan markkinoinnin avulla. Markkinoinnissa tärkeä rooli on markkinointi mix eli tuote, hinta, paikka ja viestintä / jakelu. Markkinoinnissa pitää miettiä mitä asiakkaat haluavat, milloin haluavat, tuotteen tai palvelun hinta sekä asiakasprofiilit (ikä tai elämäntavat). (Anttila & Iltanen 2004, 19-26.)



Kuvio 3. Markkinoinnin 4-p (Viitala & Jylhä 2011, 126).

Kuvio 3 kertoo markkinoinnista neljä tärkeintä P –kirjainta, jotka auttavat yrityksen menestyksessä liiketoimintasuunnitelmassa. 4P-malli on klassinen tapa perustella yrityksen kilpailukeinot. (Viitala & Jylhä 2011, 126.)

Alustava markkinointisuunnitelma on osa liiketoimintasuunnitelmaa, jossa määritellään yrityksen myyntitavoitteet, yrityksen tuotteet ja palvelut. Alustavalla suunnitelmalla tutkitaan millä ja missä mainostetaan sekä miten viestitään asiakkaille. Lisäksi markkinointisuunnitelmassa pohditaan sosiaalisen median mainoksien mahdollisuuksia ja etsitään paras kohderyhmä sekä heidän tavoitettavuus. Markkinoinnilla saadaan myös yrityksen kuvaus esille, miten asiakkaat näkevät yritystä. (Ruuska & Karjalainen 2001, 139.)

4.1.1 Offline mediat

Offline mediallyä tarkoitetaan markkinointia, joka ei ole yhteydessä internetin kanssa. Offline mediaan kuuluu muun muassa televisio, radio, printtimedia sekä mainostaulut. Kyseisien median miinuksiin kuuluu kustannukset. Kustannukset ovat hintavia

kyseisessä markkinoinnissa, mutta sillä tavoittaa monia potentiaalisia asiakkaita. (Offline marketing 2012.) Offline media on hyödyllistä, sillä kaikkia asiakkaita ei pysty tavoittamaan online median kautta. Mielestäni kyseisessä mainonnassa voidaan tavoittaa hyvin vanhempia potentiaalisia asiakkaita, jotka eivät käytä internetiä.

4.1.2 Online mediat

Online media on digitaalista mediaa, joka on laaja markkinoinnin kannalta. Online mediaan kuuluu display- mainonta, natiivimainonta, sosiaalinen media, Google mainonta (adwords), YouTube-mainonta sekä SEM-mainonta. Online mediaa pystyy päivittämään ja muokkaamaan monta kertaa. Kyseisellä markkinoinnilla pystyy tavoittamaan asiakkaita, esimerkiksi Suomen ulkopuolelle. Online median hintaan pystyy vaikuttamaan itse muun muassa Google mainonnan kautta. (Media Sanoma, Digitaaliset kanavat-kohdenna ja aktivoi.)

4.2 Asiakkaat

Liikeidean yksi tärkeimmistä osa-alueista on asiakkaat. Yrittäjän tulee miettiä tulevaa asiakaskuntaansa, esimerkiksi ketkä ovat yrityksen tärkeimmät asiakkaat, sekä mikä on asiakasryhmä (ikä, elämäntilanne, työ, uskonto, sukupuoli ja tulotaso). Yrittäjän täytyy pohtia missä asiakkaat sijaitsevat, mitä he haluavat ja tarvitsevat, sekä miten heidät voi tavoittaa. Yrittäjän kannattaa luoda asiakkaisiin pitkäaikainen kanta-asiakassuhde. (Meretniemi & Ylönen, 2009, 27.)

Markkinointityön menestymisen taustalla on asiakkaan ymmärtäminen, joten on hyvä tietää kaikki seikat jotka vaikuttavat muun muassa kuluttajien ostoskäyttäytymiseen. Tärkeintä asiakassuhteessa on luottamus. Se ilmenee esimerkiksi siten, että moni asiakas haluaa asioida tutun myyjän kanssa. (Raatikainen, 2008, 8-9.)

Yrityksen on selvitettävä eri asiakassegmentit, sillä kuluttajat ovat erilaisia ja heidät voidaan luokitella eri ryhmiin. Yhdenmukaiset tarpeet ovat esimerkiksi samojen sosiaalisten medioiden seuraaminen tai samojen tuotteiden hankinta. Demografisia tekijöitä ovat sukupuoli, ikä, kansalaisuus, perhe sekä elämänvaihe. Toisin sanoen kaikki elämäntapaan ja tilanteeseen liittyvät tekijät. Toisena on geograafiset tekijät, joita ovat paikkakunta ja muut asuinalueen tekijät. Kolmantena yhteisenä tekijänä on

tilannetekijät eli työ, palvelu sekä kellonaika. Tilannetekijöitä on haastavaa selvittää. (Raatikainen 2008, 20-21.)

Asiakassegmentointi prosessissa on suotavaa selvittää seuraavat asiat:

- Kuka ostaa tuotetta ja palvelua
- Miten ostetaan tai mistä
- Mitkä tekijät vaikuttavat ostamiseen ja kuluttamiseen
- Mitkä tekijät vaikuttavat ostosprosessissa
- Paljonko on asiakkaita markkinoilla
- Kuinka usein asiakkaat ostavat tuotetta tai palvelua (Raatikainen 2008, 20-23.)

4.3 Hinnoittelu

Hinnoittelu on yritykselle yksi tärkeimmistä asioista, sillä väärin hinnoiteltu tuote voi viedä yrityksen tappiolle. Hinnoittelu vaikuttaa yrityksen imagoon ja kannattavuuteen. Yrityksen tulee laskea kustannukset sekä hankintahinta ja määrittää kate tuotteelle. Yleensä hinta määräytyy kilpailijoiden ja markkinoiden tason mukaan. Laskuissa suositellaan laskemaan sellaista hintaa, jossa jäljelle jää tuotteen hinta voiton jälkeen. Onnistunut hinnoittelu näkyy katteen ja markkinaosuuden välisessä suhteessa. Hinta voi olla korkeampi kuin kilpailijoilla, mutta silloin pitää erottua edukseen kilpailijoista. Alhaisella hinnoittelulla voidaan myös kilpailla. Silloin pitää ottaa huomioon, että yrityksellä on hyvä imago ja tunnettavuus. (Työ- ja elinkeinoministeriö.)

Hinnoitteluun kuuluu seuraavat asiat:

- Työhön kulunut aika
- Kustannukset
- Työn laatu
- Aikataulu
- Kilpailu
- Arvo
- Asiakkaan budjetti (Ukko.fi 2017.)

5 Markkinat ja kilpailija

5.1 Markkinatilanne

Yrityksen olisi hyvä tutkia ja miettiä nykyistä markkina-asemaansa. Paljonko yrityksellä on asiakkaita ja paljonko on kilpailijoita? Yrityksen tulee miettiä tarkkaan mille alueelle ja paikkakunnalle yritys tulisi sijoittaa. Toimialan tilanteeseen pääsee tutustumaan markkina-analyysin avulla muun muassa yrityksen luonteeseen, kilpailijoihin sekä asiakaspotentiaaliin. Uusilla yrityksillä on vaikeata menestyä tietyillä markkinoilla, jos ei ole vielä tunnettua nimeä tai kokemusta. Yrityksen kannattaa miettiä yrityksen uskottavuutta markkinoilla. (Meretniemi & Ylönen 2008, 30.)

Aloittavan yrityksen menestykseen vaikuttaa markkinoilla vallitseva tilanne. Menestyminen on helpompaa silloin, kun markkinat ovat kasvussa. Markkinoiden ollessa laskussa, yrityksellä on oltava vastaavasti muihin verrattuna kova kilpailuetu. Yritys voi parantaa omia mahdollisuuksia tietyillä kilpailueduilla, joita ovat muun muassa parempi palvelu sekä tuote kuin kilpailijoilla, läheiset asiakassuhteet, paremmat jakelukanavat, hyvä imago sekä halvemmat hinnat. (Meretniemi & Ylönen 2008, 30.)

Markkina-analyysissä tutkitaan markkinoita ja niihin vaikuttavia tekijöitä. Sen avulla selvitetään tekijöitä, jotka mahdollistavat yrityksen menestyksen markkinoilla. Kun tarkastellaan markkinoiden menneisyyttä ja nykytilaa, voidaan päätellä sen suuntaa tulevaisuudessa. Markkinatilanteeseen vaikuttavat kuluttajien ostokäyttäytyminen ja ostovoima sekä markkinoilla tapahtuvat muutokset ja niiden yleinen kehityssuunta. (Markkinoinnin suunnittelu 2016.)

5.2 Kilpailijat

Liiketoimintasuunnitelmassa yksi oleellinen asia on tutkia kilpailijoita ja kilpailutilanteita. Yrityksen tulee arvioida toimialansa kilpailijoiden vahvuudet ja heikkoudet sekä tutkia kilpailijoiden taloudelliset tunnusluvut. Kannattavaa on tehdä kilpailijoista SWOT-analyysi. Yritysten välisestä kilpailusta tulisi myös selvittää miten kaikki vaikuttaa tulevaisuuteen sekä tarkkailla, että onko toimialalle tulossa uusia tulokkaita. (Pitkämäki 2001, 40.)

Kilpailijoita on monenlaisia ja sen takia suositellaan selvittämään toimialan johtavimpien yritysten menestymisen salaisuudet, esimerkiksi miten yritys on menestynyt alalla. Monilla yrityksillä on kilpailua hyvien ja luotettavien suhteiden saamisesta. Niillä on suuri vaikutus suhteiden merkitykselle, toimittajien arvostamiseen sekä viranomaisiin. Hyvät suhteet liittyvät myös sidosryhmiin ja verkostoihin, jotka ovat henkilökohtaiset ja luottamukselliset. (Pitkämäki 2001, 40.)



Kuvio 4. Viiden kilpailuvoiman kaava (Kinkki & Isokangas 2004, 241).

Kuvio 4 kertoo yrityksen viisi voimaa, jossa yrityksen näkökulmasta tutkitaan markkinan viehättävyyttä (Kinkki & Isokangas 2004, 241).

Kilpailutilanteen katsaus on tärkeää yrityksille, mutta silti siihen ei ole suotavaa tuhlata liikaa aikaa. Yritysten tulisi keskittyä juuri asiakkaisiin, tuotteisiin sekä palveluihin. Yritysten tulisi myös keskittyä enemmän verkostoitumiseen, kysyntään, suhteiden luomiseen eri sidosryhmien kanssa ja kehittää yrityksen kokonaisuutta. Asiakkaat eivät välttämättä huomaa suurempaa eroa kilpailevien yritysten tuotteissa tai hinnassa. Asiakkaat huomaavat ensimmäiseksi tuotteiden esillepanon, siisteyden ja palvelun. Nämä kokemukset vaikuttavat ostopäätökseen ja siihen tuleeko asiakas suositelleeksi kyseistä kahvilaa ja palaako hän itse sinne. Kilpailevia yrityksiä on hyvä tarkkailla eri muutoksien kannalta. (Pitkämäki 2001, 42.)

6 Yritys

6.1 Toimitila

Jokainen yritys tarvitsee itselleen toimitilan, jossa voidaan harjoittaa liiketoimintaa. Toimitilat viestittävät asiakkailleen yrityksen imagoa. Yrityksen tulisi löytää itselleen vaikuttava ja toimiva tila, joka sopii myös budjettiin. Toimitilan tulisi olla mahdollisimman hyvä liiketoiminnan harjoittamiselle. Kahviloiden tai ravintolayritysten toimitilojen sijainti on hyvin tärkeää, koska sijainti ja hyvät nähtävyydet tuovat asiakkaat paikan päälle. Yrityksen sijainti tulisi olla keskellä kaikkea esimerkiksi kaupungin keskustassa. (Puustinen 2006, 153.)

Rakennuslupaa tarvitaan joka kerta, jos tilan käyttötarkoitusta muutetaan tai jos rakennetaan uusi ravitsemusliike. Hyvänä esimerkkinä on, kun tavallista huoneistoa tai myymälää muutetaan kahvilaksi tai ravintolaksi, niin muutokseen tarvitaan rakennuslupa. Mahdollista on myös, ettei rakennuslupaa myönnetä. Syynä voi muun muassa se, että tila on määritelty aikaisemmin asunto tai toimistokäyttöön soveltuvaksi. Hylkäämisen syy voi liittyä myös teknisiin vaatimuksiin, kuten esimerkiksi vesipisteitä ei pystytä lisäämään huoneistoon. (Kahvilan tai ravintolan perustaminen 2016.)

Kahvilan perustaja tarvitsee yritykselleen toimivan tilan, jonka täytyy olla soveltuva kahvila- tai ravintolakäyttöön. Tällaista tilaa hankkiessa on hyvä ottaa avuksi rakennussuunnittelija. Rakennussuunnittelija laatii tarvittaessa tilalle piirustukset ja suunnittelija avustaa rakennuslupien hakemisessa. Yrityksen on suotavaa hankkia varhaisessa vaiheessa itselleen myös muita suunnittelijoita sekä vastaavia työnjohtajia, jotta lupa olisi helpompi saada. (Kahvilan tai ravintolan perustaminen 2016.)

Tilan hankinnassa pitää huomioida monia asioita ennen kuin voi perustaa ravintolan tai kahvilan. Tärkeää on tarkistaa muun muassa seuraavat asiat:

- Onko käyttötarkoitus soveltuva elintarvikehuoneistolle?
- Onko rakennus suojeltu?
- Onko tilassa tekniset vaatimukset?
- Onko tila työntekijöiden ja asiakkaiden kannalta esteetön??
- Onko tila soveltuva elintarvikkeiden valmistamiselle ja tarjoilulle?
- Onko tilan paloturvallisuusasiat kunnossa? (Palokunnan asetetut vaatimukset.)

- Onko tila äänieristetty tai tuleeko tilasta häiritsevää melua?
- Onko vesi, viemäri ja ilmanvaihtolaitteet kunnossa, jotka ovat soveltuvia ravintolalle ja kahvilalle? (Kahvilan tai ravintolan perustaminen 2016.)

Kaikki nämä asiat pitää tarkistaa ennen kuin aloittaa rakentamisen. Jos jokin näistä asioista jää huomioimatta, saattaa tulla jälkeensä kalliit muutostyöt. Jotkut työt on jopa mahdotonta korjata. (Kahvilan tai ravintolan perustaminen 2016.)

Yrittäjän tulisi varmistaa ennen vuokrasopimuksen tekoa, että tilaa voidaan käyttää juuri tiettyyn toimintaan. Jos tilassa on ennen ollut ravintola tai kahvila, ei silti välttämättä ole mahdollista, että uusi yritys soveltuu tilaan. Elintarvikeyrityksen kannattaa aina tarkistaa kaikki tilat ja paperiasiat, jotta luvat ovat kunnossa. Pelkkä isännöitsijän tai taloyhtiön lupa kahvilan pitoon ei riitä. Yrittäjän tulee tarkistaa kaikki luvat viranomaisten kautta, jotta kalliilta tai jopa mahdottomilta korjauksilta vältyttäisiin. (Toimitilan hankkiminen ja käyttöönotto 2012.)

Elintarvikeyrityksen on suositeltavaa tehdä vuokrasopimus mahdollisimman pitkäksi ajaksi. Kirjallinen sopimus kannattaa tehdä aluksi 5-10 vuoden mittaiseksi, jonka jälkeen sopimus jatkuisi toistaiseksi voimassaolevana. (Toimitilan hankkiminen ja käyttöönotto 2012.)

6.2 Luvat

Sekä ravintola- että kahvilayrittäjä tarvitsee itselleen erilaisia lupia, jotta voisi harjoittaa yritystoimintaansa. Luvat ovat muun muassa terveellisyyteen, turvallisuuteen sekä toiminnan ympäristövaikutuksiin liittyviä vaatimuksia. Lupien kanssa täytyy olla tarkkana, jotta välttyisi kaikilta ongelmilta. Luvanvaraisia ovat esimerkiksi elintarvikkeiden tuotevalikoima, tuotteiden käsittely sekä valmistaminen, asiakaspaikat sekä alkoholi myyminen. Asiakaspaikkojen määrät vaikuttavat moniin luvista. Luvissa otetaan kantaa mm. hygientilaan, ilmavaihtoon, poistumisteihin, vesipisteiden määrään sekä turvallisuuteen liittyviin vaatimuksiin. (Toimintaan liittyviä muita luvanvaraisia asioita 2012.)

6.2.1 Omavalvonta

Elintarvikelaki vaatii ravintolalta tai kahvilalta omavalvontasuunnitelman ja hygieniapassin työntekijöille. Ravintolalla ja kahvilalla on oltava riittävät tiedot jalostamastaan sekä jakelemastaan elintarvikkeesta. Jokaisella kahvilalla ja ravintolalla tulee olla omavalvontasuunnitelma, jota seurataan ja päivitetään päivittäin kirjallisena. Yritys seuraa omavalvonnassa elintarvikkeidensa laatua, tuotteiden turvallisuutta sekä tuotteiden olosuhteita muun muassa kylmätuotteiden varastoinnin lämpötiloja mittaamalla sekä näytteenotoilla. Omavalvonta on oltava saatavilla, jos valvontaviranomainen tulee käymään. (Toimintaan liittyviä muita luvanvaraisia asioita 2012.)

Omavalvontasuunnitelmassa selvitetään seuraavat asiat:

- Eri vaiheet, jossa elintarvikehygieniä voi vaarantua
- Lämpömittauksen ja lämpötiloille asetettavat rajat ja arvot
- Toimenpideraja ylitys, sekä korjaavat toimenpiteet
- Kirjanpito mittauksista (Toimintaan liittyviä muita luvanvaraisia asioita 2012.)

Uusille työntekijöille tehdään ennen työn aloitusta salmonella-testi, jos he ovat matkustaneet pohjoismaiden ulkopuolelle. Salmonella testi tehdään myös ennen työhön paluuta, jos vakituinen työntekijä käy esimerkiksi matkustelemassa. (Toimintaan liittyviä muita luvanvaraisia asioita 2012.)

Työntekijöiltä vaaditaan yleensä hygieniapassi. Hygieniosaamista vaaditaan eri osaluista kuten hygieenisistä työtavoista, henkilökohtaisesta hygieniasta, ruokamyrkytys asioista, mikrobiologiasta, lainsäädännöstä, omavalvonnasta sekä puhtaana pitoa yleisesti. Hygieniapassin voi hankkia esimerkiksi Eviran kautta. (Toimintaan liittyviä muita luvanvaraisia asioita 2012.)

6.2.2 Anniskelu

Jos ravintolassa tai kahvilassa myydään alkoholia, täytyy yrityksen hakea itselleen anniskelulupa ja työntekijät tarvitsevat anniskelupassin. Luvan saamiseksi tarvitaan henkilökuntasuunnitelma, ammattitaitoinen vastaava henkilö, sekä anniskelualueen määrittäminen ulko- ja sisätilat mukaan lukien. (Toimintaan liittyviä muita luvanvaraisia asioita 2012.)

Ravintolan anniskelulupa ei siirry automaattisesti uudelle yrittäjälle vaan jokainen yrittäjä joutuu hankkimaan yrityskohtaisen luvan. Aluehallintovirasto tarkistaa joka kerta, että kaikki vaatimukset ovat täytetty. Anniskeluluvan saa, jos tila on täyttänyt kaikki ravitsemusliikkeelle tehdyt vaatimukset sekä ja tila on tarkasti valvottavissa. (Toimintaan liittyviä muita luvanvaraisia asioita 2012.)

Anniskelupassi vaaditaan henkilöiltä, jotka ovat alkoholimyynnistä vastuussa yrityksessä. Anniskelupassi voidaan suorittaa esimerkiksi ravintola-alan koulutuksessa. Tarjoilualueen rajat tulee terassilla merkitä näkyvästi, jotta jokainen asiakas tietää anniskelurajat. Mitä paremmat rajat, sitä parempi on valvoa aluetta. (Toimintaan liittyviä muita luvanvaraisia asioita 2012.)

6.2.3 Pelastussuunnitelma ja turvallisuus

Jos ravintolan tai kahvilan asiakaskapasiteetti ylittää 50 asiakaspaikkaa, on yrityksen tehtävä pelastussuunnitelma. Pelastussuunnitelma sisältää turvallisuusohjeet vaaratilanteen tullessa. Jos ravintola tai kahvila harjoittaa toimintaa myös ulkona, esimerkiksi terassilla, pitää yrityksen hankkia myös maanomistajan lupa. Yleensä kaupungissa luvan saa kunnalta, kiinteistön omistajalta tai taloyhtiöltä. Lisäksi tarvitaan rakennusvalvontaviraston toimenpidelupa tai rakennuslupa rakenteita varten ja ympäristökeskuksen määräysten täyttymistä varten. (Toimintaan liittyviä muita luvanvaraisia asioita 2012.)

6.2.4 Musiikinluvut

Ravintola tai kahvila, joka soittaa tiloissaan musiikkia, tarvitsee siihen luvat. Lupa pitää olla, vaikka kyse olisi pelkästään taustamusiikista radiosta tai jopa telkkarista. Lupa pitää olla kaikesta musiikista kuten muun muassa tietokoneesta, live- musiikista tai levyiltä tulevasta musiikista. (Toimintaan liittyviä muita luvanvaraisia asioita 2012.)

Musiikkiluvan saa Teostolta joka kerää korvauksia säveltäjille, kustantajille ja sanoittajille. Gramex taas myy luvat sekä kerää korvauksia muusikoille eli laulajille ja kapellimestareille sekä äänentuottajille. Yritykset eroavat toisistaan siinä, että Teosto kerää korvauksia live-esityksistä sekä äänitemusiikista, kun taas Gramex kerää

korvauksia vain äänitemusiikista. Ravintolat ja kahvilat neuvottelevat musiikinkäyttölupien hinnoista Teoston ja Gramexin kanssa. (Toimintaan liittyviä muita luvanvaraisia asioita 2012.)

7 Rahoitus ja kirjanpito

7.1 Rahoitus

Moni aloittava yritys tarvitsee kassaan rahaa, jotta voi aloittaa toimintansa. Yrityksillä voi mennä hetki ennen kuin he pärjäävät pääosin tulorahoituksella. Yrityksen tulisi selvittää alustavasti alkuvaiheen kustannukset. Harvalla yrityksellä on riittävästi pääomaa, joten uusilla yrityksillä on mahdollista hakea eri tahoilta rahoitusta. Rahoitusta voi hakea eri pankeista, vakuutusyhtiöiltä, yksityisiltä sijoittajilta, TE-keskuksilta, elinkeinokeskuksilta, Finnveralta, työvoimatoimistolta. Yritys voi myös hakea starttirahaa. Ennen kuin rahoitusta hakee, on oltava hyvä liiketoimintasuunnitelma sekä kaikki mahdolliset laskelmat, jotka tukevat lainan saantia. Yrityksen tulee laskea kuinka kauan varat riittävät, sillä yrityksen alkuvaiheessa on riski, että tulot ovat pienemmät kuin menot, jolloin muodostuu kassavaje. Liiketoiminta alkaa usein tuottaa myyntituloja vasta kuukausien päästä. (Meretniemi & Ylönen 2009, 76, 86.)

Starttirahaa voi hakea opiskelijat, työttömät tai palkkatyöntekijät. Opiskelijat saavat starttirahan, jos he aloittavat yrittäjyyden kokopäiväiseksi. Starttirahalla halutaan tukea uutta yritystä sen perustamisvaiheessa. Maksimiaika jolta starttiraha maksetaan, on 18 kuukautta. Starttirahan tuen myöntää työ- ja elinkeinotoimisto. (Starttiraha, Aloittavan yrittäjän tuki 2012.)

7.2 Kirjanpito

Jokainen yritys tarvitsee lain mukaisen kirjanpidon. Kirjanpito on tärkeää, sillä sitä käytetään esimerkiksi taloudellisen tilanteen kartoittamiseen, vakavaraisuuden ja kannattavuuden tarkasteluun, verojen maksamiseen sekä palkkojen maksamiseen. Aluksi kannattaa kilpailuttaa yritykselle sopiva kirjanpitäjä, joka hoitaa yrityksen kirjanpitoa ja rahoitusasioita. Yleensä kirjanpitopalveluihin sisältyy myös kuukausittain saatavat tuloslaskelmat sekä tase. Suositeltavaa on, että kirjanpitoasiat annetaan

tilitoimiston tehtäväksi, jotta yrittäjä voi keskittyä muihin asioihin. (Meretniemi & Ylönen 2009, 140, 142–143.)

Kirjanpidossa tärkeintä on yrityksen lukujen ajantasainen seuranta. Kirjanpidolla on myös erilläänpitotehtävä, joka esimerkiksi auttaa yritystä pitämään erillään yrityksen omat ja muiden yksiköiden tulot ja menot. Yrittäjän tulisi heti alusta lähtien miettiä kirjanpidon tehtäviä, sillä kirjanpidon merkitys kasvaa yrityksen kasvaessa. Kirjanpito voi korostua merkittävästi yrityksen kasvun mukana. Helpompi on keskittyä kirjanpitoon heti, ettei yrityksen kasvussa tule yllätyksiä ja vaikeuksia. (Tomper 2011, 11.)

8 Yhteenveto

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli laatia toimiva liiketoimintasuunnitelma suunnitteilla olevalle uudelle kahvilalle. Toimivan liiketoimintasuunnitelman lisäksi opinnäytetyöni tavoitteena oli selvittää, onko kahvilan perustaminen kannattavaa ja mitä asioita tulisi ottaa huomioon liikeidean toteuttamisessa.

Liiketoimintasuunnitelman laatiminen sopii mainiosti liiketalouden opiskelijalle. Opin paljon liiketoimintasuunnitelman teoriaosuudesta. Liiketoimintasuunnitelmassa on monta eri osa-aluetta, joihin piti etsiä laajasti tietoa kirjoista ja internet-lähteistä. Minulla ei ole valtavasti kokemusta yrittäjyydestä, mutta kirjoitettuani liiketoimintasuunnitelman omasta kahvilasta, sain hyvän yleiskuvan yrittäjyydestä.

Tutustuin moniin erilaisiin kahviloihin sekä yleisesti ravintolan-alan ominaispiirteisiin. Ravintolan ja kahvilan perustamiseen tarvitaan hyvä liiketoimintasuunnitelma, jossa on paljon tietoa kilpailijoista sekä ravitsemustilan lainsäädännöistä. Itse yllätyin siitä, kuinka iso riski on perustaa oma kahvila Suomessa, sekä siitä kuinka paljon on erilaisia säännöksiä kahvilan perustamisessa. Kahvilan perustamiseen tarvitaan monia eri lupia eri tahoilta, ja lupa-asiat saattavat hidastaa kahvilan perustamista.

Ravintola-alalla kilpailu on kovaa. Pääkaupunkiseudulla on todella paljon kahviloita, minkä vuoksi kilpailu on kovaa. Hyvän sijainnin löytäminen oli vaikeaa, sillä halusin vähän erikoisemman liiketilan. Havainnoimalla eri sijainteja Helsingissä huomasin, että Jätkäsaaressa on iso rakennusprojekti tulossa. Rakennusprojektin kartasta näkyi mahdollinen ja kannattava sijainti kahvilalle. Päätin sijoittaa kahvilani Jätkäsaareen tulevaan Sea Poolin tiloihin. Tilat ovat ainutlaatuiset, sillä tilat rakennetaan toiveiden

mukaisesti. Kahvilani yhdistettynä Sea Poolin tiloihin tuo erikoisuutta näköalan, ulkouima-altaan, meren ja saunan takia. Jätkäsaassa on monia pien kahvilayrittäjiä, joista saan yritykselleni kilpailijoita.

Kahvilan perustamiseen liittyen tein erilaisia laskelmia, jotka ovat suuntaa-antavia. Laskelmat saattavat muuttua, kun perustan kahvilan tulevaisuudessa. Kahvilan perustamisen alkuvaiheessa menot ovat suuremmat kuin tulot. Tätä seikkaa moni aloittava kahvilayrittäjä ei ole huomionnut. Perustamisen alkuvaiheessa pitää hankkia kaikki kalusteet, keittiötarvikkeet, astiat, elintarvikkeet, vakuutukset, mahdollinen vuokratakuu ja monia muita asioita.

Liiketoimintasuunnitelman tekovaiheessa huomasin, että kahvilan perustaminen vaatii menestyäkseen panostamista moniin osa-alueisiin, kuten esimerkiksi hyvään markkinointiin ja sijaintiin. Tämä liiketoimintasuunnitelma tulee muuttumaan vielä tulevaisuudessa kahvilan perustamisvaiheessa, sillä vuosien päästä kilpailu on voinut muuttua sekä markkinoinnin teknologia. Suunnitelmissa olisi perustaa yritykseni vuonna 2020 alku kesästä. Haluaisin avata kahvilani kesällä, koska kesällä villitsee paljon turisteja Suomessa.

Oma mielipiteeni on, että uuden kahvilan perustaminen pääkaupunkiseudulle on riski. Panostamalla markkinointiin, hyvään sijaintiin sekä suunnitteluun saadaan liiketoiminta kannattavaksi. Mielestäni jokaisella aloittavalla yrityksellä on riskinsä, mutta hyvällä panostuksella saadaan yritys toimimaan. Tärkeimpänä koen nopean yhteydenoton tässä tapauksessa yritykseen joka rakennuttaa Sea poolin, jotta päästään alusta asti miettimään parhaat ratkaisut kahvilaa koskien.

Mielestäni aihe oli mielenkiintoinen, koska tämä liiketoimintasuunnitelma on omasta kahvilastani. Oli mielenkiintoista ja hyödyllistä tutkia kahvilan riskejä ja yrityksen kannattavuutta elintarvike-alalla. Tässä opinnäytetyössä sain maistaa palan yrittäjyydestä ja sen riskeistä.

Lähteet

Aarnikoivu, Henrietta 2005. Onnistu asiakaspalvelussa. WSOY, Helsinki.

Hel.fi 2016. Ravintolan tai kahvilan perustaminen.

https://www.hel.fi/static/rakvv/ohjeet/Ravintola_kahvila.pdf. Luettu 15.3.2018.

Helsingin kahvilat 2018. Tripadvisor.

https://www.tripadvisor.fi/Restaurants-g189934-c8-Helsinki_Uusimaa.html. Luettu 1.3.2018.

Esseepankki 2016. Mikä markkinoinnin suunnitelma.

<http://esseepankki.proakatemia.fi/mika-markkinointisuunnitelma/>. Luettu 1.3.2018.

Hirsjärvi, Sirkka & Huttunen, Jouko 1995. Johdatus kasvatustieteeseen. WSOY, Porvoo; Helsinki; Juva.

Kahvilan tai ravintolan perustaminen. Fazerpro.

<http://www.fazerpro.fi/me-autamme/kahvilan-tai-ravintolan-perustaminen1/>.

Luettu 6.3.2018.

Kinkki, Seppo & Isokangas, Jouko 1999. Yrityksen perustoiminnot. WSOY, Porvoo.

Koski, Toivo & Virtanen, Markku 2005. Tulos: Liiketoiminnan suunnittelulla menestykseen. Otava, Helsinki.

Lahtinen, Jukka & Isoviita, Antti 2000. Asiakaspalvelu ja markkinointi. Avaintulos Oy, Jyväskylä.

Lumme, Riitta & Leinonen, Rauni & Mia, Leino & Felenius, Mia & Sundqvist, Leena 2006. Monimuotoinen/toiminnallinen opinnäytetyö.

<http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojaksot/030906/1113558655385/1154602577913/1154670359399/1154756862024.html>. Luettu 20.3.2018.

Marketing school 2012. Offline marketing.

[Http://www.marketing-schools.org/types-of-marketing/offline-marketing.html#link1](http://www.marketing-schools.org/types-of-marketing/offline-marketing.html#link1).

Luettu 6.3.2018.

Markkinoinnin suunnittelu 2016. Lähtökohta-analyysit.

[Https://markkinoinninsuunnittelunoppiminen.wordpress.com/lahtokohta-analyysit/](https://markkinoinninsuunnittelunoppiminen.wordpress.com/lahtokohta-analyysit/).

Luettu 27.3.2018.

McKinsey & Company 2000. Ideasta kasvuyritykseksi. WS Bookwell, Porvoo.

Media Sanoma. Digitaaliset kanavat-kohdenna ja aktivoi.

[Https://media.sanoma.fi/online](https://media.sanoma.fi/online). Luettu 6.3.2018.

Meretniemi, Inna & Ylönen, Hanna 2008. Yrityksen perustajan käsikirja. Otavan Kirjapaino Oy, Helsinki.

Meretniemi, Irma & Ylönen, Hanna 2009. Yrityksen perustajan käsikirja. 1.–2. painos. Otava, Helsinki.

NewCo 2015. Ravintolan-alan ABC.

[Https://newcohelsinki.fi/app/uploads/2017/08/Ravintolaopas_2015_08.pdf](https://newcohelsinki.fi/app/uploads/2017/08/Ravintolaopas_2015_08.pdf). Luettu 23.3.2018.

Onnistunut yrittäjä.fi 2015. SWOT-Analyysi -uhka vai mahdollisuus.

[Https://www.onnistuyrittajana.fi/swot-analyysi-uhka-vai-mahdollisuus](https://www.onnistuyrittajana.fi/swot-analyysi-uhka-vai-mahdollisuus). Luettu 20.3.2018.

Pikala, Anna, Helinä & Ahola, Petri, Katajarinne & Parkkola. Timo,2014.

Humak, Luovuus ja liiketoiminta –käsikirja 2014. [Https://www.humak.fi/wp-content/uploads/2014/12/luovuusjaliike_II_tyokirja_22x22cm_netti.pdf](https://www.humak.fi/wp-content/uploads/2014/12/luovuusjaliike_II_tyokirja_22x22cm_netti.pdf). Luettu

20.2.2018.

Pitkämäki, Ari 2001. Pk-yrityksen liiketoimintasuunnitelma. 2 painos. Talentum Media, Helsinki.

Puustinen, Terho 2006. Avain omaan yrityksen. 2 uudistettu painos. Kirjakas, Nurmi-järvi.

Raatikainen, Leena 2008. Asiakas, tuote ja markkinat. Edita, Helsinki.

Raatikainen, Leena 2012. Liikeideasta liikkeelle. 9. Uudistettu painos. Edita, Helsinki. Toimintaan liittyviä muita luvanvaraisia asioita 2012.

<http://www.hameenuusyrityskeskus.fi/img/file.php?id=20547>. Luettu 20.3.2018

Ruuska, Markku & Karjalainen, Lasse & Johnsson, Raoul 2001. Miten laaditaan hyvä liiketoimintasuunnitelma Business Plan. 5. painos. Finnvera, Helsinki.

Starttiraha. Aloittavan yrittäjän tuki. 2012. Työ- ja elinkeinoministeriö.

Http://www.mol.fi/mol/fi/04_yrittaminen/05_starttiraha/index.jsp. Luettu 16.3.2018.

Storbacka, Kaj & Lehtinen, Jarmo R 2002. Asiakkuuden ehdoilla. Wsoy, Helsinki.

Survey Monkey. Määrällinen vs. Laadullinen tutkimus.

<https://fi.surveymonkey.com/mp/quantitative-vs-qualitative-research/>. Luettu 1.4.2018.

Tomperi, Soile 2011. Käytännön kirjanpito. 19, uudistettu painos. Edita, Helsinki.

Tulos. Markkinointisuunnitelma. <Http://www.tulos.fi/markkinointisuunnitelma/>. Luettu 1.3.2018.

Työ- ja elinkeinoministeriö 2017. Hinnoittelu. <Https://yrittayssuomi.fi/hinnoittelu>. Luettu 21.3.2018.

Ukko.fi 2014. Oman yrityksen perustaminen – Yritysmuodon valinta.

<Https://www.ukko.fi/oman-yrityksen-perustaminen-yritysmuodon-valinta/>. Luettu 20.3.2018.

Uusyrityskeskus 2014. Perustamisopas liikeidealle.

Http://www.perustamisopas.fi/sites/perustamisopas.fi/files/Perustamisopas_2014_web.pdf. Luettu 1.3.2018.

Uusyritys keskus 2017. Perustamisopas alkavalle yrittäjälle.

[https://www.uusyrityskeskus.fi/wp-](https://www.uusyrityskeskus.fi/wp-content/uploads/2017/02/SUK_OPAS2017_verkkoon.pdf)

[content/uploads/2017/02/SUK_OPAS2017_verkkoon.pdf](https://www.uusyrityskeskus.fi/wp-content/uploads/2017/02/SUK_OPAS2017_verkkoon.pdf). Luettu 1.3.2018.

Viitala, Riitta & Jylhä, Eila 2011. Liiketoimintaosaaminen. 1-5. painos. Edita Publishing Oy, Helsinki.

Virtuaaliammattikorkeakoulu 2014. Monimuotoinen/ toiminnallinen opinnäytetyö.

<http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojak->

[sot/030906/1113558655385/1154602577913/1154670359399/1154756862024.html](http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojak-sot/030906/1113558655385/1154602577913/1154670359399/1154756862024.html).

Luettu 4.2.2018.

Vuokko, Pirjo 2003. Markkinointiviestintä: merkitys, vaikutus ja keinot. Wsoy, Porvoo.

Yhteistyökumppanimme. Elintarviketukku Rikainen.

<http://www.rikainen.com/tuotemerkit-2/>. Luettu 20.3.2018.

Yrityshelsinki 2012. Toimitilan hankkiminen ja käyttöönotto.

https://www.hel.fi/static/rakvv/ohjeet/Ravintola_kahvila.pdf. Luettu 15.3.2018.

Yritys- ja ympäristöanalyysi SWOT. Yritystoiminta.

<http://www.tieto.osaavayrittaja.fi/yritys--ja-ympaeristoeanalyysi-swot>. Luettu 18.2.2018.

Liiketoimintasuunnitelma

LIIKEIDEAN TIIVISTELMÄ

Perustan Ben's Coffee Oy:n ja toimin yrityksessä ainoana osakkaana. Ben's Coffee Oy on kahvila, jossa myydään kahvilan elintarvikkeita ja palveluita. Yrityksen idea on tuotu Etelä-Euroopasta. Asiakaskunta tulee koostumaan Helsingin alueella asuvista ihmisistä sekä turisteista. Kahvilan palvelut sopivat mainiosti kaikenikäisille ja kaikenlaisille asiakkaille. Etsin yritykselle sopivaa toimitilaa vuokrattavaksi. Jätkäsaaren alue Helsingissä olisi täydellinen paikka kahvilalle, sillä sinne tullaan rakentamaan karttasuunnittelun mukaan uusi Sea Pool, johon voisin yhdistää oman liiketoiminnan. Imago yritykselle on rauhallinen, nuorekas, klassinen ja ammattitaitoinen.

SWOT-Analyysi

Vahvuudet

Hotelli-, ravintola- ja cateringalan perustutkinto, ravintola-alalla vaadittavat koulutukset, kuten esimerkiksi hygieniapassi, anniskelupassi, ensiapukoulutus, ikärajpassi ja myyntimaisterin koulutus. Eri ravintoloista kokemusta harjoittelujaksoina sekä kesätöinä. Mahdollisuus tehdä yhteistyötä eri yrityksiä sekä tapahtumien kanssa. Harrastuksena ruoanlaitto ja leipominen. Oma laaja tuotevalikoima.

Heikkoudet

Helsingin alueella on paljon kilpailevia yrityksiä, joilla on jo oma asiakaskuntansa. Heikkouksiin kuuluu myös kokemattomuus yrittäjänä. Ravintola-alalla työskentelystä on vuosia.

Mahdollisuudet

Tulevaisuuden mahdollisuudet ovat suunnitelmissa laajat. Mahdollisuus saada yritykselle vakituisia sekä osa-aikaisia työntekijöitä, kuten esimerkiksi opiskelijoita. Juhlien sekä pienten tapahtumien järjestäminen. Mahdollisuudet laajentua myös toiseen paikkaan, eli avata toinen toimitila. Kahvilalla on mahdollisuudet kasvaa Helsingin suosituimmaksi kahvilaksi, jossa voi järjestää eri tapahtumia.

Uhat

Useita eri kilpailijoita ravintola- ja kahvila-alalta. Kasvu herkkä ala, uusia yrityksiä tulee jatkuvasti.

Osaaminen

Olen suorittanut ravintola-alan koulutuksen vuonna 2013. Tutkinto on nimeltään Hotelli-, ravintola- ja cateringalan perustutkinto. Tutkinnon aikana olen suorittanut elintarvikealaan soveltavia kursseja, kuten esimerkiksi anniskelupassin, hygieniapassin, ensiapukoulutuksen ja myyntimaisteri koulutuksen. Koulutuksen lisäksi olen työskennellyt eri ravintoloissa kokkina ja tarjoilijana.

Olen harrastanut leipomista koko elämäni ajan ja olen jatkuvasti kokeillut uusia reseptejä. Olen unelmoinut omasta pienestä kahvilasta lapsuudesta asti.

Olen seurannut yrittäjyyttä läheltä, sillä perheessäni on yrittäjiä. Perheessäni isäni on ollut yrittäjänä sekä isoveljeni on tällä hetkellä yrittäjä. Tarvittaessa saan molemmilta apua yrittäjyyteen ja haasteisiin. Olen käynyt opintojeni parissa esimies kursseja, markkinointi kursseja sekä rahoituksen kursseja. Liiketaloudenohjelmasta on suuri apu yrittäjyyteen.

Osaamisalueistani kielitaito on hyödyllinen, sillä puhun sujuvasti kolmea kieltä. Olen myös opiskellut monia muita kieliä, kuten esimerkiksi Ranskaa, Saksaa sekä Ruotsia. Viron, Suomen ja Englannin kielellä pärjää turistien kanssa loistavasti Helsingissä.

Minulla on myös hyvä tietotekninen osaaminen, sillä olen suorittanut koulussa laajan tietotekniikan kurssin. Osaan käyttää muun muassa seuraavia ohjelmia: Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft Power Point, OneDrive, Photoshop, InDesign ja MS Visio. Osaan myös käyttää hyvin markkinointiin suunnattuja ohjelmia, kuten esimerkiksi Google Analytiikkaa ja Google Adwordsia. Olen suorittanut molempiin sertifikaatin.

Tapahtumien järjestämisestä minulla on kokemusta veljeni kautta, sillä hän järjestää isoja tapahtumia Baltian maissa. Olen oppinut häneltä paljon koska olen saanut seurata hänen yritystään nuoresta saakka.

Aion hyödyntää ravintola-alan koulutustani sekä isäni ja veljeni apua kahvilan perustamisessa. Hyödynnän myös liiketalouden kursseilta opittuja tietoja yrittäjänä ja työnantajana. Esimiesjuridiikan kautta tiedän, kuinka juridiset asiat yritystoiminnassa toimii.

Tulevaisuudessa aion käydä barista koulutuksessa ja esimieskoulutuksessa, sillä haluan jatkuvasti kehittää itseäni yrittäjänä. Haluan kouluttautua hyväksi esimieheksi työntekijöilleni. Aion jatkuvasti kehittää itseäni ja etsiä elintarvikealan eri koulutuksia sekä yrittäjyyden koulutuksia.

Minulla on suhteita eri ravintola- ja kahvila-alan yrittäjiin sekä kokkeihin, joiden kautta saan tarvittaessa neuvoa kahvilan pitämiseen ja tuotteiden hankkimiseen. Tykkään ottaa riskejä, mutta samalla teen taustatutkimukset hyvin.

Tuotteet ja palvelut

Kahvilassa tärkeintä on tarjonta. Asiakkaille pitää olla esillä hyvin mitä on tarjolla ja mihin hintaan. Ruokatuotteen suunnittelussa tärkeää on kustannustehokkuuden huomioon ottaminen eli paljonko tuotteet maksavat ja kuinka paljon tuotteiden tekoon menee aikaa.

Tuotevalikoima vaihtelee puolen vuoden välein, mutta sesonkien mukaan lisätään tai poistetaan tuotteita, kuten esimerkiksi jouluna, juhannuksena, vappuna ja pääsiäisenä. Tavoitteena on saada kahvilaan tuoreita leivonnaisia, pullia ja leipiä. Suunnitelmissa olisi tarjota myös erilaisia juustokakkuja, suklaakakkuja, hedelmä- ja marjakakkuja. Kuivakakkuja löytyisi myös eri makuisia ja kokoisia muffineja. Keksejä olisi myös tarjolla sekä erilaisia pullia. Tarjolla olisi myös terveellisempiä vaihtoehtoja kuten esimerkiksi eri makuisia smoothieita. Patonkeja ja leipiä on myynnissä eri täytteillä, jotka tehdään päivän aikana.

Kahvilassa on mahdollista valita aamupala menusta. Menuun kuuluu esimerkiksi tuoremehu, kahvi ja iso leipä eri täytteillä tai vaihtoehtoisesti eri täytteillä saatavilla oleva lettu tai vohveli. Lounasaikaan on mahdollista nautiskella päivän salaattista, keitosta tai patongeista. Keittoon kuuluu myös leipä sekä jokainen asiakas saa veloituksetta vettä.

Kahvilaan hankitaan anniskelulupa, joten asiakkaat pääsevät nauttimaan alkoholituotteista kahvin sijaan. Kahvilaan on tarkoitus ottaa valikoima erilaisia viinejä ja mietoja alkoholijuomia kuten muun muassa olutta, siideriä ja lonkeroa. Kahvilassa tehdään myös alkoholipitoisia kahvijuomia. Kahvilassa tehdään sekä erikoiskahveja, että tavallisia.

Palveluun kuuluu myös pöytiin tarjoilu. Asiakkaalle annetaan kahvilan menu, josta voi katsoa rauhassa mitä haluaa tilata. Jos asiakas haluaa tilata mukaan, se onnistuu nopeammin suoraan tiskiltä.

Kahvilan hintataso tulee olemaan samaa luokkaa mitä pääkaupunkiseudulla on, esimerkiksi cappuccino on noin 4,00 euroa. Kaikki tuotteet tulee olemaan laktoosittomia ja valikoimasta löytyy myös gluteenittomia vaihtoehtoja. Asiakas saa itse valita tuleeko kahviin maitoa vai kauramaitoa.

Tuotteita ei erikseen nimetä, sillä asiakkaiden on helpompi tunnistaa tuotteet pääraaka-aineista, esimerkiksi suklaamuffinssi, croissant, vihersmoothie tai pulla. Tietysti erikoisilla jäätelöannoksilla on oma nimi ja selostus tai kuva menussa. Kustannusrakenne tulee tuotteiden raaka-aineista, sähköstä, vedestä sekä työajasta. Katetavoite tulee olemaan noin 60% tuotteen myyntihinnasta.

Palveluni tekee erikoiseksi pöytiin tarjoilu sekä laaja valikoima eri tuotteita, tuotteiden uusiminen puolen vuoden välein sekä eri sesonkeina tarjoiltavat tuotteet.

Kirjojen lainaaminen ja lukeminen kahvilassa on myös mahdollista. Tarjolla on myös ilmainen wifi, rauhallista taustamusiikkia ja iltaisin on vaihtelevasti tarjolla musiikkia tai live-soittajia. Kahvilasta löytyy myös tietokoneita, joita pystyy käyttämään. Kahvila antaa asiakkaille sosiaalista kokemusta ja rentouttavaa tunnelmaa.

Leivonnaiset ja leivät tulevat olemaan pakastetuotteita, joita paistetaan aamuisin kahvilassa. Salaattiainekset tulevat tuoreena tukun kautta. Tarkoitus on myös aloittaa Fazerin kanssa yhteistyö, jotta tuotteiden saatavuus helpottuu. Teen myös pienten leipomoiden kanssa yhteistyötä. Kahvituotteet suunnittelen hankkivani Pauligin kautta.

Heikkona kohtana on yrityksen aloitus, jossa on enemmän menoja kuin tuloja. Katetta pitää tarkistaa moneen otteeseen, jotta saadaan kahvilan liiketoiminta kannattavaksi.

Asiakkaat ja markkinat

Asiakkaina tulee olemaan Helsingin alueella asuvat paikalliset ihmiset sekä tietenkin sesonkiaikana turistit. Kahvilan asiakaskuntaan kuuluu kaikenikäiset ja kaikenlaiset asiakkaat, jotka haluavat nauttia rauhallisesta tunnelmasta. Aamuisin ja päivisin kahvilaan pääsee kaikki ja iltaisin kahvilassa on 18 vuoden ikäraja, sillä silloin aikuiset haluavat nauttia rauhassa esimerkiksi lasillisesta viiniä. Turistit pääsevät nauttimaan maisemista ja kahvista. Asiakkaat arvostavat rauhaa ja kahvin laatua. Asiakkaat pitävät erityisen tärkeänä nopeaa palvelua sekä rauhallista merimaisemaa.

Suunnitelmassa on pystyvä palvelemaan mahdollisimman monipuolisesti asiakkaita kaikista ikäryhmistä, mutta iltaisin ikäraja vaihtuu K-18. Kahvilassa käy lähellä työskentelevät sekä pääkaupunkiseudulla asuvat ihmiset. Tuotteiden laadulla, mukavuudella ja asiakaspalvelulla pyrin saamaan itselleni vakioasiakkaita ja sitä kautta myös uusia asiakkaita. Kahvilan valikoimasta löytyy jokaiselle jotakin, esimerkiksi vanhemmille herkullisia pullia ja nuorille erikoiskahveja. Ihanneasiakas olisi hyvin toimeentuleva joka haluaa hyvää palvelua ja on valmis maksamaan siitä.

Tavoitteena olisi, että asiakkaat tulisivat nauttimaan maukkaasta lounaasta lounasaikaan, sekä tietenkin päivän aikana myös erikoiskahveja ja tuoreita leivoksia. Iltaisin tavoitteena on myydä asiakkaille alkoholipitoisia juomia takan äärellä.

Tarkoitus on tavoittaa asiakkaat hyvällä markkinointisuunnitelmalla eri mainoskanavien kautta. Pyrin saamaan kahvilalle vakioasiakkaita, joiden kautta tieto kahvilasta leviää. Aion tehdä yhteistyötä lähellä olevien toimistojen kanssa ja tapahtumajärjestäjien kanssa. Hyvällä markkinoinnilla sekä erilaisten teemojen avulla asiakaskunta kasvaa ja vakinaistuu. Kahvilassa voi järjestää esimerkiksi viikonloppuaamuisin lapsille aktiviteettia. Aktiviteettipäivä pitäisi sisällään erilaisia leikkejä, pelejä sekä lämpimän ruoan.

Kahvilaan luodaan kanta-asiakasjärjestelmä, jossa asiakas saa hyvin tarjouksia. Asiakasetuja voi olla kahvi ja pulla puoleen hintaan tai aamulla kahvi ilmaiseksi.

mukaan. Palautejärjestelmän kautta voidaan ottaa vastaan mielipiteitä asiakaskokemuksesta, laadusta ja muutostoiveista. Tärkeintä on saavuttaa hyvä asiakastytyväisyys. Haluan reagoida asiakkaiden toiveisiin mahdollisimman nopeasti. Asiakaspainoja olisi tulossa sisätiloihin noin 40 paikkaa sekä ulkotiloihin 40 paikkaa. Sisätilasta tehdään avara ja tilava, jotta jokaisella asiakkaalla olisi riittävästi omaa tilaa.

Markkinat ja kilpailijat

Tällä toimialalla on erittäin suuri kilpailu. Kaikki mahdolliset ravintolat ja kahvilat ovat yritykselleni kilpailijoita ja jopa elintarvikekaupat kilpailevat nykyään lounailla ja kahvilla. Yritykseni tulee sijaitsemaan Jätkäsaareen, jossa on jo monia pieniä kahvilayrittäjiä. Iltaisin kilpaileva yritys on Clarion hotelli, sillä Skybar Clarionista on upea näköala joka kattaa Helsingin ja tarjoaa laadukkaita alkoholijuomia. Muita kilpailijoita yritykselleni on Löyly, Robert's Coffee, Wayne's Coffee, Little Big Cafe 2nd, Victoria Patisserie Jätkäsaari ja Centrum Alejandra.

Sea Poolin yhteydessä oleva kahvilani tarjoaa asiakkaileni upean merinäköalan jota kilpailijoillani ei ole. Sea Poolin asiakkaat käyvät uinnin jälkeen hakemassa pientä purtavaa kahvilastani ja istuvat rentoutumaan. Kahvilaani teetän takan, jossa syksyn ja talven pimeydessä on rentouttavaa nautiskella kahvilan tuotteista ja maisemista. Kesäisin meren vieressä on aurinkoinen terassi.

Kilpailijani Clarion Hotellin vahvuutena ovat hyvä näköala, hyvä juomatarjoilu, mutta Sen sijaan heillä ei ole takkaa, terassia eikä myydä skybarissa purtavaa. Löyly on hyvin samantyyppinen, kuin minun kahvilani. Löyly on pahin kilpailija suhteellisen lähellä, ja heiltä löytyy erikseen sauna ja laaja menu. Löylyn kanssa erotamme uima-altaan ja oman saunan takia. Robert's Coffee ja Wayne's Coffee ovat samantyyppisiä kahviloita, joiden sisustus ja valikoima ovat suhteellisen samat kuin minun kahvila. Heillä ei kuitenkaan ole erikoisuuksia kahvilassaan ja molemmat ovat ketjuravintoloita. Kolme muuta kahvilaa on erikoisempia ja ovat lähellä yritystäni. Kahvilat eivät ole ketjukahviloita, joten heidän on helpompi tehdä muutoksia.

Jätkäsaaren allas Sea pool sijaitsee alueella, jossa turisti liikennettä on Länsisataman ansiosta yli 8 miljoonaa ihmistä vuosittain. Kilpailijoista erotetaan myös asiakaspalvelun takia, koska kahvilassani on pöytiin tarjoilu ja halutessaan asiakas voi asioida myös

tiskillä. Hankin yritykseeni ammattitaitoisia henkilöitä, joilla on ravintola-alan koulutus tai kokemusta baristana.

Panostan mainosmarkkinointiin alusta lähtien, monen eri kanavan kautta. Tuotteiden hintaa pidetään asiakkaille mieluisena, ettei hintataso nouse liian korkealle. Pysin saamaan yritykselleni hyvän maineen tuotteiden laadusta, sijainnista ja palvelusta. Brändi tulee kahvilan kokonaisuudesta, kuten esimerkiksi minkäläinen sisustus, tuotteet, astiat, palvelut, sijainti ja markkinointi yrityksessä on. Markkinoinnin kautta pystyn vaikuttamaan yrityksen brändiin ja imagoon.

Pysin pitämään hyvän asiakaspalvelun tason sillä, että yrityksessäni on hyvä ryhmähenki. Pysin pitämään palavereita kuukausittain ja tavoitteena on kouluttaa lisää työntekijöitä. Hyvä ryhmähenki näkyy myös yrityksen ulkopuolelle.

Oma yritykseni

Valitsen yritysmuodoksi osakeyhtiön, sillä haluan mahdollisesti tulevaisuudessa yritykselleni yhteistyökumppanin. Yrityksen tulisi sijaita meren äärellä josta avautuu upeat näköalat. Toivon myös, että yritykseni lähellä on paljon toimistoja, jotta saan paljon työssäkäyviä asiakkaita. Sijainnin pitää olla helposti tavoitettavissa ja turistien lähetyvillä Helsingissä. Allas Sea pool on vielä suunnitteluvaiheessa ja siihen on varattu alustavasti maa-aluetta Länsiterminaalien vierestä. Aion markkinoida yritystä sosiaalisen median kautta, Googlen, radiomainonnan sekä ystävien, yhteistyökumppaneiden ja muiden yritysten avulla.

Yrityksen tavoite on tuoda asiakkaille elämystä. Yritykseen aion hankkia erikseen leipurin ja kokin, tarjoilijoita sekä tiskaajan ja bloggaajia. Aloitan yrityksessä pienellä henkilökunnalla, jonka jälkeen siirryn hankkimaan lisää. Palkanmaksu maksetaan joka kuukauden kymmenes päivä. Vakituiset työntekijät saivat kuukausipalkkaa ja muut saavat tuntipalkkaa työehtosopimuksen mukaan. Kaikki työsopimukset hoidetaan kirjallisena, joihin tulee molempien osapuolten allekirjoitus.

Tee itse omat websivut yritykselleni. Ideana on tehdä mahdollisimman persoonallinen ja yksinkertainen nettisivu. Nettisivustolta löytyy menu, yhteistiedot, kartta, tilan

vuokrausta juhlia varten, kuvia yrityksestä ja tietoa yrityksestä. Aion myös hankkia yritykselle kaikki tarvittavat vakuutukset.

Hankin itselleni rakennussuunnittelijan, jotta kaikki paperit ja luvat ovat kunnossa tarpeellisia muutoksia varten. Käyn monien suunnittelijoiden ja tarkastajien kanssa koko rakennusprojektin yhdessä läpi. Suunnitelmissa olisi omistaa kolmen vuoden päästä allas Sea Poolin kanssa kahvila.

Markkinointi

Markkinointisuunnitelma on yksi olennaisista vaiheista asiakkaiden tavoitettavuuteen. Teen tästä markkinointisuunnitelmasta yksinkertaisen ja helppolukuisen. Ben's Coffeen markkinoinnin tavoitteena on tavoittaa monia potentiaalisia asiakkaita. Tavoitteena on myös saada kanta-asiakkaita kahvilaan. Ensin pyritään saamaan asiakkaat kiinnostumaan kahvilasta, toisena pyritään pitämään asiakkaat ja viimeisenä pyritään kasvattamaan asiakas määrää.

Yritys on uusi, joten potentiaaliset asiakkaat eivät tiedä kahvilan olemassaolosta. Hyvällä markkinoinnilla saadaan tavoitettua kaikki potentiaaliset asiakkaat sekä laajasti muitakin asiakkaita. Aluksi on hyvä panostaa hyvään markkinointiin, jotta yrityksestä tiedetään enemmän.

Lähellä olevien toimistojen kanssa olisi suunnitelmissa tehdä yhteistyötä. Kahvilan lähetyvillä olevien toimistojen työntekijät saavat alennetulla hinnalla lounaan. Tällä taktiikalla saadaan toimistotyöntekijät lounaalle kahvilaamme. Asiakkaille on suunnitteilla myös kanta-asiakkaan etukortti, jolla esimerkiksi saa kymmenennen kahvin jälkeen ilmaisen kahvin ja pullan.

Aloitan tekemällä yhteistyötä Weekend Oy:n kanssa. Ajatuksena on tarjota kahvilan palveluja alennettuun hintaan ja samalla molemmat mainostaisimme toistemme yrityksiä. Kahvilan eteen tulee kyltti, josta näkee päivän lounaslistan ja muita tuotteita. Kyltistä selviää myös aukioloajat. Isoin ja tärkein osa tässä markkinoinnissa on online mediat.

Sosiaaliset mediat

Facebook on yksi suosituimpia sosiaalisen median lähteitä, joka tulee olemaan jatkuvassa käytössä. Suunnittelemme kahvilalle persoonallisen Facebook-sivun, jossa näkyy kaikki oleellinen tieto yrityksestä mm. aukioloajat, tarjoukset, kuvia ja kilpailuja. Facebook sivua päivitetään päivittäin lisäämällä uusista tuotteista kuvia sekä kerrotaan mitä lounaaksi on tarjolla. Kerran kuussa olisi hyvä perustaa pieni kilpailu Facebookin kautta, esimerkiksi ”voita kesän jäätelöannos ja kylmä kahvi tykkäämällä kuvasta ja jakamalla Facebookissa”.

Facebook sivuston kautta asiakkaat saavat yrityksen toiminnasta laajan kuvan, sekä sillä voidaan kasvattaa asiakaskuntaa. Facebookissa pääsee helposti vastaamaan asiakkaiden kysymyksiin. Tämän median kautta yritys voi olla tekemisissä asiakkaiden kanssa päivittäin. Arvontojen, tykkäysten ja jakamisten kautta saa yhteyden uusiin sekä vanhoihin asiakkaisiin helposti ja näppärästi. Facebookin käyttö tulee olemaan yrityksessäni jokapäiväistä.

Instagram on sosiaalisen median kuvapalvelu, johon voidaan päivittää erilaisia kuvia ruoka-annoksista, kahveista, uutuuksista tuotteista ja erilaisista tapahtumisista. Kuvat otetaan ammattitaitoisesti, sillä kuva kertoo enemmän yrityksestä kuin tuhat sanaa. Kuvien ja videopätkien avulla asiakkaat kiinnostuvat yrityksestä ja oppivat tuntemaan kahvilan henkilökuntaa. Instagram on mukava tapa kertoa uusista tuotteista asiakkaillemme.

YouTubea voidaan käyttää esimerkiksi ostamalla mainosaikaa muiden videoista. Snapchat jää myös pois toistaiseksi, sillä sen suosio on tipahtanut viime aikoina. Snapchattia voidaan käyttää sinänsä toisen bloggaajan tai julkisuuden henkilön kautta, joka mainostaa yritystä. Tälle henkilölle maksetaan jonkin näköinen palkkio, kun he ovat mainostaneet kahvilaamme.

Google Adwords työkalun avulla saadaan kahvila näkyville Googlessa. Adwordsin avulla saadaan tehtyä erilaisia kampanjoita googlen palveluihin. Kampanjoiden ylläpito, muokattavuus, sekä tuottaminen on helppoa. Google tarjoaa muun muassa seuraavia Adwords kampanjoita: Search network with display select -kampanja, joka mahdollistaa mainoksien näkymisen hakusivun lisäksi myös muilla sivustoilla, kuten erilaisilla leivonta sivustoilla. Tämän kampanjan kulut tulevat jokaisen klikkauksen kohdalla,

jonka ansiosta mainontaan käytettävä raha ei mene hukkaan. Tavoitteena on saavuttaa näkyvyyttä sekä klikkejä verkkosivustolle. Suunnittelemme hyviä hakusanoja Googleen, esimerkiksi, Ben, kahvila, Jätkäsaari, allas baari, allas kahvila ja lounas. Haluan Adwords-mainonnan avulla päästä Googlen hakusivun mainoksiin, jolloin potentiaaliset asiakkaat löytävät kahvilan sivuille kilpailijoiden sijasta.

Display-mainonnan kautta saadaan kahvilan mainos näkyviin erityyppisiin kahviloihin liittyviin sivustoihin, kuten blogien, ravintoloiden ja leivontakurssien yhteydessä. Displayn kautta on mahdollista käyttää tekstin lisäksi kuvia, jotka tuovat näkyvyyttä kahvilalle. Jatkossa voidaan lisätä YouTube mainontaa Adwords kampanjaan.

Käytämme Analytics työkalua kahvilassa, jonka kanssa mittaamme Adwords kampanjan tehoa. Analytics näyttää tietoa kävijän liikkeistä verkkosivulla mainoksen klikkauksen jälkeen. Analyticsin avulla saadaan tietää, kuinka paljon sivustolla on liikennettä ja millaisia henkilöitä sivuillamme vierailee. Analyticsistä saadun tiedon avulla voidaan kehittää ja parantaa verkkosivuja, sekä markkinointia.

Sähköposti

Kanta-asiakkaille suunnittelen sähköposteja, joissa tiedotetaan kahvilan tuotteista ja muutoksista sekä eri tapahtumisista. Pyrin pitämään kanta-asiakkaat jatkuvasti ajan tasalla. Sähköposteja lähetetään noin kahden viikon välein, koska en halua lähettää asiakkaileni samanlaisia sähköposteja päivittäin. Pidän sähköpostien sisällöt yksinkertaisina ja myyvinä. Sähköpostilla voi myös lähettää kanta-asiakkaille erikoistarjouksia.

Mailchimp työkalua käytän sähköpostien laatimisessa, sille ohjelma on hyvin arvostettu ja tunnettu. Tavoitteena on saada asiakkaat kiinnostumaan ja avaamaan yrityksen lähettämiä sähköpostiviestejä.

Muu mainonta

Bloggaajien ja julkisuuden henkilöiden kanssa pyrin tekemään yhteistyötä, jotta he mainostaisivat sekä postaisivat kuvia kahvilastani. Haluan saada hyvän maineen ja brändin kahvilalleni. Wolt sovelluksen kanssa teen myös yhteistyötä, jotta asiakkaat

voivat tilata kotiin kahvilan tuotteita. Woltin kautta saan myös mainostettua kahvilaani mm. heidän sovelluksen ja facebook sivuston kautta.

Aion mainostaa Metro lehdessä yritystäni sekä Ruoholahden sanomissa. Mainostan kahvilaa lehdessä noin kerran kuukaudessa, sillä lehti mainostaminen on suhteellisen kallista. Käytän myös flaiereiden jakelua pääkaupunkiseudulla.

Nettisivut

Suunnittelen yritykselleni kotisivut, jossa on kaikki tarvittavat tiedot, kuvat, sosiaaliset mediat ja kysymykset. Pyrin suunnittelemaan nettisivun yksinkertaiseksi ja helppokäyttöiseksi. Pidän asiakastyytyväisyyden ajan tasalla.

Kirjanpito ja taloudellinen suunnittelu

Aion hankkia kirjanpitäjän yritykselle. Olen käynyt läpi eri vaihtoehtoja ja olen päätenyt yksityiseen kirjanpitäjään. Annan yksityiselle kirjanpitäjälle kaikki oikeudet kirjanpitoon ja tileihin. Yksityinen kirjanpitäjä veloittaa 50 euroa tunti sisältäen alv:n ja tilinpäätöksestä 50 euroa tunti sisältäen alv:n ja sama verotuksessa. Pyrin saamaan yritykselleni rahoittajan.

Hankin yritykselleni neljä maksupäätettä, sekä oman tilin yritykselle ja kaksi korttia tilille. Tilitys tehdään joka ilta, kun kahvila on sulkeutunut ja pankki hakee rahat kaksi kertaa viikossa ja tuo tarvittaessa lisää rahaa. Aion hoitaa raha asiat OP-laskennan kanssa.

Aion ottaa yritykselleni lainaa rakennuksiin ja sisustuksiin ja muihin kuluihin. Pyrin hyvän mainonnan kautta saamaan yrityksen pyörimään mahdollisimman nopeasti. Laina menee kaikkiin tarvikkeisiin ja tuotteisiin sekä palkkoihin. Laitan yritykseen pääomaa 50 000 euroa.

Laskelmat

Viikkomyynti

TUOTE **MYYNTI €**

JUOMA, TAKEAWAY	5960€
JUOMA, ALKOHOLITON	13640€
ALKOHOLIT	6480€
LOUNAS	5700€
LEIVOS, MAKEA	3400€
LEIVOS, SUOLAINEN	4200€
SALAATTI	1500€
YHTEENSÄ	40880€

Myynnin oletettu jakauma

MAANANTAI	15 %	6000€
TIISTAI	10 %	4900€
KESKIVIIKKO	15 %	6000€
TORSTAI	15 %	6000€
PERJANTAI	17 %	6900€
LAUANTAI	23 %	8080€
SUNNUNTAI	5 %	3000€
YHTEENSÄ	100 %	40880€

Kuukausimyynti

TUOTE **MYYNTI €**

JUOMA, TAKEAWAY	23840€
-----------------	--------

JUOMA, ALKOHOLITON	54560€
ALKOHOLIT	25920€
LOUNAS	22800€
LEIVOS, MAKEA	13600€
LEIVOS, SUOLAINEN	16800€
SALAATTI	6000€
YHTEENSÄ	163520€

Vuosimyynti

Arvioitu liikevaihto noin 2 miljoonaa euroa.

TUOTE	MYynti €
JUOMA, TAKEAWAY	286080€
JUOMA, ALKOHOLITON	654720€
ALKOHOLIT	311040€
LOUNAS	273600€
LEIVOS, MAKEA	163200€
LEIVOS, SUOLAINEN	201600€
SALAATTI	72000€
YHTEENSÄ	1962240€

Investoinnit

LIIKETILAN MUUTOSTYÖT	3000€
KONEET JA LAITTEET	9000€
KALUSTO	8000€
SISUSTUS	7500€
IRTAIMISTO	2000€
INVESTOINNIT YHTEENSÄ	29500€

KULUJA

TOIMITILAKULUJA	
TAKUUVUOKRAT	10000€
VUOKRA, SÄHKÖ JA VESIMAKSUT / KK	3700€
VAKUUTUKSET	
YEL	
VAKUUTUKSEN	752€
VUOSITULOTASO JOLLE	
VAKUUTUSTURVA OTETAAN	
MUUT VAKUUTUSKULUT VUODESSA	
(PYYDÄ TARJOUS)	
YRITTÄJÄTULOT JA PALKAT	
OMA TAVOITETULO KUUKAUDESSA	4000€
VEROJEN JÄLKEEN	
TYÖNTEKIJÖIDEN PALKAT	1800€
KUUKAUDESSA ILMAN SIVUKULUJA	
YRITTÄJÄN/YRITTÄJIEN OMA PALKKA	4000€
ILMAN SIVUKULUJA	
MARKKINOINTIKULUT	
ALUKSI:	8000€
KESKIMÄÄRIN /KK:	3000€

Pääomatarve: 57 752 €

Menu

Kahvit

Kahvikuppi	3,30€
Espresso	3,40€

Tuplaespresso	5,20€
Cappuccino	4,40€
Café Latte	5,40€
Café Mocha	5,90€
Caffé americano	5,40€
Irish Coffee	8,60€
Kofeiiniton kahvi	3,00€

Teet

Teekuppi	3,40€
Luomutee	4,70€

Muut juomat

Kivennäisvesi	3,00€
Soft drinks	3,50€
Jää tee	4,00€
Kaakao	4,00€

Smoothiet

Mustikka smoothie	3,50€
Marjapommi smoothie	4,00€
Vihertee-smoothie	4,00€
Hedelmäinen-energia smoothie	4,00€
Banaani-vanilja smoothie	4,00€

Alkoholi

Valkoviinit	16cl 9,90€
Punaviinit	16cl 9,40€
Kuohuviinit	20cl 9,90€
Olut	5,50€
Siideri	5,50€

Lonkero 5,50€

Lounas, joka arkipäivä klo 11-14

Keittolounas, leipä + kahvi 9,50€

Salaattilounas, leipä + kahvi 10,50€

Aamupala, joka arkipäivä klo 7-9

Aamupala leipä sis. Tuoremehu/smoothie, kahvi 10,00€

Aamupala lettu/vohveli sis. Tuoremehu/smoothie, kahvi 10,00€

Herkut

Vadelma-vanilja (vegaaninen) 5,60€

Suolapähkinä-suklaakakku 5,50€

Suklaaunelmakakku 5,50€

Mustikkakakku 5,50€

Passion-vadelmakakku 5,60€

Juustokakku 5,50€

Suklaa-tuulihattu 4,00€

Mansikka-tuulihattu 4,00€

Rahkapiirakka 4,00€

Kanelipulla 3,50€

Voisilmäpulla 4,00€

Vaniljapulla 4,00€

Sveitsinviineri 4,00€

pekaanipähkinä viineri 4,00€

Muffinit 3,50€

Croissant 2,90€

Jäätelöt

Yksi pallo 2,50€

Kaksi palloa 3,00€

Kolme palloa 3,50€

Jäätelöannos	5,00€
Jäätelö-herkkuannos	8,90€

Suolaiset

Lohipiiras	5,50€
Kanapiiras	5,50€
Juustomix piiras	5,00€
Kasvis piiras	5,00€
Tomaatti-mozzarella wiener	5,50€
Lohi leivos	5,00€
Tummaleipä	4,50€
Patonki	6,10-7,80€
Lämmin toasti	6,50€
Täytetyt letut	6,60€
Täytetyt vohvelit	6,60€

Havainnointikaavio

Havainnointikaavio

Kysymykset	Havainnointi
Ensivaikutelma / tunnelma	
Asiakaspalvelu	
Hinnasto	
Tuotteiden esillepano	
Siisteys	
Tuotteiden laatu	