



Boulderointikeskuksen liiketoimintasuunnitelma

Jenna Helander
Tuomas Härkönen

2019 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Boulderointikeskuksen liiketoimintasuunnitelma

Jenna Helander
Tuomas Härkönen
Liiketalouden koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Kesäkuu 2019

Boulderointikeskuksen liiketoimintasuunnitelma

Vuosi 2019 Sivumäärä 28

Opinnäytetyö laadittiin liiketoimintasuunnitelma boulderkeskukselle. Boulderointi on sisäseinäkiipeilyä ilman turvavaljaita. Tavoitteena oli selvittää liikeidean ja liiketoimintasuunnitelman edellytyksiä ja haasteita. Opinnäytetyö koostuu teoriaosuudesta sekä erillisestä liiketoimintasuunnitelmasta.

Teoriaosuudessa käytiin läpi yrityksen perustamisen vaiheita kuten yhtiömuodon valintaa, liikeidean kannattavuuden varmistamista ja markkinointisuunnitelmaa. Lisäksi opinnäytetyössä selvitettiin yrittäjyyden mahdollisuuksia yleisesti Suomessa. Liiketoimintasuunnitelmassa analysoitiin tarkemmin kyseistä toimialaa ja sen haasteita. Lisäksi liiketoimintasuunnitelma sisältää rahoitussuunnitelman ja budjetin.

Lopputuloksena saatiin laadittua liiketoimintasuunnitelma, jonka pohjalta voidaan edetä yrityksen perustamisessa. Kattavan liiketoimintasuunnitelman avulla on luotu selkeä kuva tämän hetken tilanteesta liikunta-alalla.

Asiasanat: yrittäjyys, liiketoimintasuunnitelma, liikunta-ala, kiipeily,

Bouldering Center Business Plan

Year	2019	Pages	28
------	------	-------	----

The purpose of the thesis was to create a business plan for a bouldering center. Bouldering is inside climbing without any safety gear. The goal was to clarify the requirements and challenges regarding the business plan. The thesis consists of a theoretical part and a separate business plan.

In the theoretical part has been reviewed the different phases of founding a company. Main phases were company forms, profitability of the business idea and the marketing plan. In addition, there has been reviewed the possibilities of entrepreneurship in Finland. In the business plan, there has been analysed more precisely the branch of business and the challenges around it. The business plan also includes the financial plan and the budget.

As a result, a business plan was created which can be used to go forward with founding a company. With a comprehensive business plan has been gained a clear picture of the current situation in the sport industry.

Keywords: Entrepreneurship, business plan, sport industry, climbing

Sisällys

1	Johdanto	6
2	Yrittäminen Suomessa	6
2.1	Kiipeilyala Suomessa	6
3	Liiketoimintasuunnitelman perusteet	7
4	Liiketoimintasuunnitelman suunnitleminen	8
4.1	Rahoitussuunnitelma	8
4.2	Business Model Canvas -malli	9
5	Yhtiömuodon valinta	9
6	Liikeidean kannattavuus	10
7	Markkinointisuunnitelma	11
8	Johtopäätökset ja pohdinta	12
	Lähteet	13



1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on kehittää liikeideamme boulderointikeskus Boulderpoint Oy:stä kannattavaksi ja toteutuskelpoiseksi liiketoimintamalliksi. Työn osa-alueina ovat toiminnot, asiakassegmentit, arvolutaukset, jakelukanavat, asiakassuhteet, tulovirrat, resurssit ja yhteistyökumppanit. Oleellisena osana on myös analyysi boulderkeskuksen sijainnista ja sen vaikutuksista yrityksen toimintaan. Käymme läpi myös toimialaa yleisesti. Opinnäytetyöhön sisältyy myös tulostenuste, kassabudjetti sekä SWOT-analyysi.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on laatia toimiva liiketoimintasuunnitelma kiipeilykeskukselle. Liiketoimintasuunnitelman tarkoitus on antaa kattava kuva tämän hetkisestä tilanteesta pääkaupunkiseudulla ja pystyä aloittamaan järjestelyt liiketoiminnan aloittamiseksi. Keskitymme kartoittamaan merkittävimpiä liiketoiminnan aloittamiseen vaikuttavia tekijöitä ja luomaan mahdollisimman realistinen rahoitussuunnitelma. Liiketoimintasuunnitelman valmistuttua pystymme esittelemään sitä mahdollisille rahoittajille ja yhteistyökumppaneille.

2 Yrittäminen Suomessa

Suomessa on vuoden 2017 Tilastokeskuksen yritysrekisterin mukaan 286 934 yritystä, joista 93 % on alle kymmenen hengen yrityksiä eli niin sanottuja mikroyrityksiä. Yritykset, joilla on alle 50 työntekijää, luetaan pienyrityksiksi. Useimmat liikunta-alan yritykset ovatkin siis mikroyrityksiä tai pienyrityksiä, lukuun ottamatta suurempia liikeketjuja. Kasvaminen pienyritykseksi tulee olemaan tulevaisuudessa mahdollista, jos pystymme avaamaan toisen toimipaikan eri sijainnilla.

Jokaisen perustettavan yrityksen lähtökohtainen tavoite on tehdä tuottoa joko osakkeen omistajille tai yrityksen osakkaille. Toivottavana tavoitteena on myös arvon tuominen asiakkaiden elämään. Yrityksen pitkäkantoisen tulevaisuuden kannalta on tärkeää, että nämä kaksi osa-aluetta ovat tasapainossa. Yrityksen tulevaisuuden suunnittelu ja kannattavuuden varmistaminen helpottuu, kun yritys tarjoaa aidosti merkittävää palvelua asiakkailleen.

2.1 Kiipeilyala Suomessa

Kiipeilyä voi harrastaa Suomessa sekä sisätiloissa että ulkona luonnossa. Sisälajeja ovat perinteinen seinäkiipeily turvaköyden kanssa sekä boulderointi kiipeilyseinällä turvavarusteena ainoastaan paksu matto pehmentämässä pudotusta. Ulkona voi lumettomina ja kuivina aikoina boulderoida sekä köysikiipeillä. Talviaikaan ulkona voi jää- ja vuorikiipeillä. Lähimmät vuoret sijaitsevat Ruotsissa ja Norjassa. Suomessa on ollut jatkuva kasvu kiipeilijöiden määrissä. Kansainvälinen kilpakiipeilyn kattojärjestö arvioi 2017, että maailmanlaajuisesti kiipeilyä harrastavia ihmisiä on jo lähemmäksi 40 miljoonaa. (Suomen Kiipeilyliitto Ry. 2017.) Suomen Kiipeilyliitto on



toiminut kiipeilyliittojen kattojärjestönä Suomessa vuodesta 1995 lähtien. Se huolehtii kilpailuista, koulutuksista ja hoitaa yhteyksiä ulkomaisiin kiipeilyjärjestöihin.

Boulderoinnin alkuperä sijoittuu 1800-luvun Ranskaan. Pariisissa asuvat ranskalaiset vuorikiipeilijät keksivät boulderoinnin eli kalliokiipeilyn. Pariisin ympärillä oleva tasainen maasto sai vuorikiipeilijät kokeilemaan siirtolohkareilla kiipeilyä. Kiipeilyä kokeiltuaan vuorikiipeilijät totesivat siirtolohkareiden tuntuvan yhdeltä pitkältä haasteelliselta seinämältä. (BK Climbers 2013-2018)

Boulderointi on paremmin tunnetun seinäkiipeilyn alalaji. Boulderointia voi harrastaa niin sisätiloissa kuin ulkonakin kallioilla. Boulderointi on kiipeilyä sisätiloissa kiipeilyseinillä ilman turvavarusteita. Kallioilla kiipeillessä tärkein turvavaruste on putoamispatja. Boulderointi on erittäin tekninen ja usein myös fyysisesti haastava kiipeilylaji. Sisähalleissa maassa on myös normaalisti paksu putoamismatto, joka toimii pehmusteena silloin, kun kiipeilijä hyppää tai putoaa alas. Boulderoidessa ainut varuste, jonka harrastaja tarvitsee, on kiipeilykengät.

Boulderoidessa on mukana yleensä vähintään yksi spottaaja. Spottaaja varmistaa kiipeilijän turvallisen pudotuksen, ettei hän tippuessa osu kiviin tai lojuviin tavaroihin. Spottaaja myös varmistaa, että putoaja tippuu oikeassa asennossa patjalle. Boulderointi onkin usein sosiaalinen ongelmanratkaisu laji, jossa mietitään yhdessä kaverin tai pienen porukan kanssa parasta ratkaisua kiivetä jokin seinämä tai reitti. (Suomen Kiipeiliitto ry. 2017.)

Boulderointia harrastetaan ympäri Suomea. Useilla paikkakunnilla on myös omia kiipeilyseuroja. Pelkästään pääkaupunkiseudulla toimii noin 10 aktiivista kiipeilyseuraa. Seurat järjestävät erilaisia tapahtumia ja kisoja. (Suomen Kiipeilyliitto ry. 2017.)

3 Liiketoimintasuunnitelman perusteet

Yksi tärkeimpiä asioita yrityksen perustamisessa on laadukas ja laaja taustatyö eli perusteiden luominen. Hyvin tehty liiketoimintasuunnitelma antaa yrittäjälle tärkeimmän työvälineen saada paras mahdollinen lopputulos. Rakentamalla ja käymällä järjestelmällisesti liiketoimintasuunnitelman läpi, yrittäjä oppii matkan varrella yrityksen perustamiseen liittyviä kriittisiä tietoja. (Pitkämäki. 2000, 6.)

Hyvin suoritettu perusta antaa myös hyvän kuvan toiminnan luotettavuudesta. Hyvästä liiketoimintasuunnitelmasta pitäisi löytyä tutkimukset ja selvitykset kaikille eri osa-alueille. Eri osa-alueet sisältävät yrityksen perustiedot, liikeidean, resurssit, analyysin lähtökohdasta, tulevaisuuden näkemyksen, strategisen suunnitelman ja tavoitteet sekä riskiarvion. Liiketoimintasuunnitelma toimii myös kirjallisena suunnitelmana rahoittajien suuntaan. (Pitkämäki. 2000, 7.)

Hyvän liiketoimintasuunnitelman on oltava riittävän selkeä ja helppolukuinen, jotta ideasta on helppo saada kiinni. Sen olisi hyvä olla sopivan tiivis ja selkeärakenteinen, sisältäen kaiken oleellisen tiedon yrityksen tulevaisuuden tavoitteista. Suunnitelman tulee olla yhdenmukainen, joka tukee yrityksen strategisia tavoitteita.

4 Liiketoimintasuunnitelman suunnitleminen

Boulderpointin liiketoimintamahdollisuuksia arvioitiin selvittämällä pääkaupunkiseudulla jo olevien kiipeilijöiden harrastajamäärää, sekä analysoimalla harrastajamäärissä tapahtuvaa jatkuvaa kasvua. Erilliselle tutkimustyölle ei katsottu olevan tarvetta, koska pääkaupunkiseudun muut kiipeilykeskukset vetävät tällä hetkellä niin paljon asiakkaita, että myös kilpailijoille riittää kysyntää. Liiketoimintasuunnitelman laatiminen perustuu ennen kaikkea tehtyihin laskelmiin kuten rahoituslaskelma ja budjetti.

4.1 Rahoitussuunnitelma

Rahoituksen takaaminen yritykselle on yritystoiminnan aloittamisen edellytys. Yrityksen perustajien on huolehdittava yrityksen perustamisvaiheessa, että sekä suunnitellut ja yllättävät kulut on huomioitu budjetissa. Liiketoimintasuunnitelman lisäksi yrityksellä olisi hyvä olla laskelmia rahoitussuunnitelman tueksi, jotka toimivat myös tässä tilanteessa dokumentteina, kun lainaa haetaan rahoittajalta. Rahoitussuunnitelmaa laatiessa on hyvä aluksi tutkia, mitä tukia perustettava yritys voi saada, esimerkiksi yrittäjyyttä tukevista valtiollisista laitoksista.

Aloittelevan yrittäjän on mahdollista hakea yrityksen starttirahaa TE-toimistosta. Starttirahan tavoite on edistää uutta yritystoimintaa ja työllistymistä. Starttirahan suuruus on 32,40 euroa päivältä ja se on verollista tukea. Kuukausitulona tuki on siis noin 700 euroa nettona, kun summasta vähennetään verojen osuus. Tuki on henkilökohtainen eikä yritykseen sidonnainen, tuella on myös tiettyjä edellytyksiä. Tuen voi saada vain, jos on työtön työnhakija tai kokoaikaiseksi yrittäjäksi siirtyvä sivutoiminen yrittäjä tai palkkatyöstä taikka opiskelusta yrittämiseen siirtyvä henkilö. Ehtoja tuen saamiseen on myös päätoiminen yrittäjyys, riittävät valmiudet yritystoimintaan, mahdollisuudet jatkuvaan kannattavaan toimintaan, tarpeellisuus toimeentulon kannalta sekä yritystoiminnan on käynnistyttävä vasta sen jälkeen, kun tuki on myönnetty. (TE-palvelut, 2018.)

Useimmissa tapauksissa yrittäjä/yrittäjät joutuvat ottamaan lainaa yrityksen toiminnan käynnistämiseksi ja alkuinvestointeja varten. Lainaa suunnitellessa on hyvä miettiä, onko laina kannattava ottaa henkilökohtaisena vai yritykselle. Yksi vaihtoehtoista on esimerkiksi Finnveran myöntämä yrittäjälaina, joka on harkinnanvaraisesti myönnettävä henkilökohtainen laina yrittäjälle. Se on mahdollista myös myöntää useammalle samaa yritystä perustavalle henkilölle. Lainan myöntämisen ehtona on, että yritys täyttää Euroopan Unionin pk-yritystä koskevat rajat. Rahoituspäätöksen saamiseksi Finnvera suorittaa yritystutkimuksen, missä selvitetään yrityksen tavoitteet, strategiat sekä edellytykset kannattavaan liiketoimintaan. Hyvin suoritettu ja selkeä



liiketoimintasuunnitelma nopeuttaa lainapäätöksen käsittelyä. Yrittäjälainan määrä on 10 000-100 000 euroa. Laina edellyttää yrittäjältä 20% omarahoitusosuutta. (Finnvera. 2019.)

4.2 Business Model Canvas -malli

Business Model Canvas (BMC) on aloittavan yrittäjän tärkein strateginen työkalu liiketoimintasuunnitelman luomiseen. BMC on verrattain uusi työväline liiketoimintasuunnitelman rakentamisessa. Se on esitetty ensimmäisen kerran vuonna 2008 Alexander Osterwalderin toimesta. BMC:n saama suuri suosio selittyy sen visuaalisuudella ja yksinkertaisuudella. Yksinkertaisuudesta huolimatta BMC oikein täytettynä vaatii tekijältään syvempää ajattelua. (OnnistuYrittäjänä. 2019.)

Business Model Canvasin muoto on useimmiten taulukko, joka muodostuu yhdeksästä eri lohkokosta. BMC sisältää kaikki samat elementit mitä yleisesti tavalliseen liiketoimintasuunnitelmaan kuuluu. BMC:n idea on kuitenkin kattaa yrityksen ansaintalogiikka, asiakaskunta, arvolupaukset, yrityksen rakenne sekä taloudellinen toimintakyky ytimekkäästi ja sisällöllisesti laadukkaasti. BMC:n lohkot jakautuvat seuraavasti: kumppanit, tuotantomalli, resurssit, tuotteet ja palvelut, asiakassuhde, jakelukanavat, asiakassegmentti, kulurakenne ja tulon kertyminen.

BMC on loistava apu yrittäjälle, jolla on valmiiksi liikeidea, mutta yrittäjä kokee vaikeaksi tuottaa tekstiä eteenpäin. BMC:n suurimpia etuja onkin avainsanojen käyttö, joka auttaa löytämään yrityksen suunnitelmasta tärkeimmät painopisteet ja helpottamaan suunnitelman rakennetta. BMC on myös erittäin yksinkertainen visuaalisesti, mikä auttaa yrittäjää keskittymään liiketoiminnan suuntaamista oikeaan suuntaan. Suunnitelmaa on myös helppo muokata ja päivittää jatkuvasti ja näin suunnitelma pysyy dynaamisena ja kokonaiskuva on helposti luettavissa.

5 Yhtiömuodon valinta

Yritystä perustaessa ensimmäisiä asioita on yhtiömuodon valinta. Suomessa on mahdollista valita perustettavalle yhtiölle tai liiketoiminnalle eri vaihtoehtoja. Suomessa perustetaan vuosittain n. 30 000 yritystä. Uusista perustettavista yhtiöistä muodot jakautuvat seuraavasti: toiminimi 49 %, osakeyhtiö 42 %, kommandiittiyhtiö 3 %, avoin yhtiö 2 % sekä osuuskunta 1 %. (Yrittäjät. 2019.)

Kevyin ja helpoin yrittämisen muoto on toiminimen perustaminen. Toiminimi on rakenteellisesti ihanteellinen pienyrittäjälle, joka on oman alansa osaaja ja joka haluaa työllistää itse itsensä. Toiminimi sopii hyvin perinteiseen liiketoimintaan, joka ei pyöritä suurta liiketoimintaa eikä vaadi rahallisesti kovaa panosta lainoihin, varastoon tai kalliille koneille. Toiminimeä pyörittäessä yrittäjä on vastuussa kaikista sitoumuksista, jotka hän yrityksen kautta tekee. Näin ollen yrittäjä on siis omalla omaisuudellaan vastattava, jos yritys aiheuttaa



yllättäviä kustannuksia. Pääsääntöisesti toiminimi on siis sopiva yrittäjälle, joka hakee pienimuotoista yritystoimintaa. (Yritä.fi. 2019)

Kommandiittiyhtiö on osakeyhtiöstä kevyempi versio, joka on helpompi perustaa ja hallinnoida. Kommandiittiyhtiö on myös henkilöyritys. Kommandiittiyhtiö on sopiva yhtiömuoto yritykselle, jonka toiminta on vahvasti yrittäjän oman panoksen varassa, mutta yrittäjä haluaa tai tarvitsee lisäksi mukaan ulkopuolisen sijoittajan. Kommandiittiyhtiö edellyttää vähintään kahta yhtiömiestä. Vähintään yhden yhtiömiehen on oltava äänetön yhtiömies ja toisen on oltava vastuunalainen. Äänettömältä yhtiömieheltä vaaditaan rahallista panostusta yhtiöön, kun taas vastuunalaisen panostukseksi riittää oma työpanos. Kommandiittiyhtiössä äänellinen yhtiömies kantaa henkilökohtaisesti vastuun yrityksen ottamista veloista ja vastuista. Äänettömällä yhtiömiehellä ei ole rahallista velvoitetta veloista. (Yrityksen perustaminen. 2019.)

Avoin yhtiö on kommandiittiyhtiön lailla henkilöyritys, joka vaatii vähintään kaksi yhtiömiestä. Avoin yhtiö eroaa kommandiittiyhtiöstä siten, että siinä jokainen vastaa yhtiön nimissä tehdyistä sitoumuksista yhteisvastuullisesti. Tämä tarkoittaa sitä, että esimerkiksi yritykselle otettu laina voidaan periä kokonaisuudessaan yhdeltä yhtiömieheltä. Avointa yhtiötä suositellaan vain, jos yrityksen perustajat nauttivat suurta luottamusta keskenään ja ovat tarkkaan määritelleet yhtiösopimuksen, joka sisältää omistajien velvoitteiden ja vastuiden jaon.

Yhtiömuodoista suosituin on kumminkin hallinnollisesti vaativin eli osakeyhtiö. Osakeyhtiön voi perustaa yksin tai useamman henkilön kanssa yhdessä. Osakeyhtiö eroaa muihin yhtiömuotoihin verrattuna siinä, että siitä puuttuu henkilökohtainen vastuu yrityksen lainoista ja sopimuksista. Yhtiömuoto on monesti järkevin vaihtoehto, jos yrityksen perustamisvaiheessa on tehtävä isoja investointeja tai yrityksellä on useita perustajia, joiden tarkoitus on myös työllistyä yritykseen.

Osakeyhtiölain mukaan yhtiön perustajat merkitsevät kaikki yhtiön osakkeet. Osakeyhtiön perustaminen vaatii tiettyjä perustamistoimia. Osakeyhtiötä perustettaessa tehdään perustamissopimus, johon liitetään yhtiöjärjestys. Perustamissopimuksesta on käytävä ilmi sopimuksen päivämäärä, osakkeenomistajat, merkityt osakkeet sekä yhtiön hallituksen jäsenet. Tilikauden määrittäminen on tehtävä joko perustamissopimuksessa tai yhtiöjärjestyksessä. Jos perustettaessa on mukana useita osakkaita, on kirjallisen osakassopimuksen tekeminen suositeltavaa. Osakeyhtiön on myös pidettävä kirjaa hallituksen sekä yhtiökokouksen pöytäkirjoista. (Yrittäjät. 2019.)

6 Liikeidean kannattavuus

Liikeideaa eteenpäin vietäessä on hyvä tutkia objektiivisesti idean realiteetit ja tehtävä konkreettisia laskelmia, onko yrityksen perustamisessa järkeä. Liiketoiminnan kokonaisuudesta saadaan hyvä kuva tarkastelemalla kannattavuutta, tuottavuutta ja maksuvalmiutta taloussuunnitelman mukaisesti. Lähtökohtaisesti kaiken

liiketoiminnan olisi oltava voitollista eli tulojen pitää olla suuremmat kuin menot. Tätä yrityksen kannattavuutta onkin tärkeää seurata aktiivisesti läpi koko yrityksen elinkaaren, etenkin yrityksen alkutaipaleilla.

Yrityksen budjetointi on äärimmäisen tärkeää, että vältetään yllättäviltä kalliilta kustannuksilta. Yrityksen pitäisi suunnitella omavaraisuus astettaan tarkasti. Omaa tai vierasta pääomaa pitäisi olla riittävästi kattamaan yllättävätkin kulut yrityksen alkutaipaleella. Velkaista pääomaa ei saisi kumminkaan olla liikaa, jotta yritys ei kuormittuisi liikaa lainojen lyhennyksistä ja koroista. Lainaa hakiessa onkin tärkeää yrittää sopia mahdollisin edulliset lainanehdot yrityksen näkökulmasta.

Yritys käyttää tulosennustetta suunnitellakseen liiketoiminnan tulo- ja menovirtoja tilikaudelle. Tulosennuste laaditaan yleensä vuodeksi kerrallaan.

7 Markkinointisuunnitelma

Liiketoimintasuunnitelman prosessissa viimeisimpinä asioina on markkinointisuunnitelma. Se on tarpeellista laatia, kun yrityksen visio palvelusta on tarkemmin selvillä. Kohdeasiakasryhmän, tarkan kuvauksen tuotteesta tai palvelusta, jota tarjotaan sekä hinnoittelun tulisi olla valmiita, kun markkinointisuunnitelmaa aletaan laatia. (Peltola. 2015. 94)

Markkinointisuunnitelman tarkoitus on tutkia potentiaalisia asiakkaita ja laatia suunnitelma sen ympärille, kuinka asiakas saadaan kiinnostumaan palvelusta. Tarkoituksena on myös auttaa asiakasta madaltamaan ostokynnystä. (Peltola. 2015, 46.) Yrityksen brändin luominen on myös osa markkinointia. Yrityksen pitäisi pystyä viestimään asiakkaan suuntaan yhdenmukaisesti yrityksen brändin arvoista ja visioista.

Viestintä kasvattaa yrityksen tunnettavuutta sekä tekee yrityksen tarjoaman palvelun tutuksi asiakkaalle. Markkinointiviestinnän tulisi selkeästi selvittää asiakkaalle palvelun tarjoama hyöty ja miten se eroaa kilpailevista palveluista. (Meretniemi & Ylönen. 2009, 114.) Markkinointiviestintämuodot jakautuvat suoramainontaan, tiedottamiseen ja näkymismainontaan (Peltola. 2015, 94). Suoramainontaa on esimerkiksi asiakkaan suostumuksella suoritettava sähköpostimarkkinointi. Myös muut suoraan asiakkaalle toimitettavat mainokset ovat suoramarkkinointia. Tiedottamista yritys voi oman verkkosivujensa lisäksi käyttää esimerkiksi eri sosiaalisen median alustoilla. Eri muotoisen tiedottamisen tavoitteena on pyrkiä saamaan asiakkaan mielenkiinto. Näkymismainonnan tavoitteena on tuoda yrityksen nimeä ja logoa esiin. Näkymismainonta on epäsuoraa markkinointia. (Peltola. 2015, 94.)

Markkinointi on teknologian kehityksen myötä muuttunut. Nykypäivän markkinointi on yhä enemmän asiakkaan houkuttelemista enemmän kuin asiakkaalle palvelun tyrkyttämistä. Nykyaikainen markkinointi perustuu



vuorovaikutukseen asiakkaan kanssa. Kustannustehokkain internetmarkkinoinnin muoto onkin monesti houkuttelevin vaihtoehto pienyritykselle. (Juslén. 2011, 31).

8 Johtopäätökset ja pohdinta

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia perustettavan liiketoiminnan mahdollisuuksia Suomessa ja tehdä tämän teoriapohjan avulla kattava liiketoimintasuunnitelma boulderointihallille. Työn aikana vahvistui käsitys yrityksen perustamisesta kokonaisuudessaan. Ymmärrämme nyt tarkemmin kuinka hyvin laadittu liiketoimintasuunnitelma auttaa sekä yrittäjää itseään ymmärtämään omaa alaansa paremmin sekä auttamaan saamaan esimerkiksi rahoitusta.

Eniten aikaa vievä osuus opinnäytetyön tekemisessä on kaiken tiedon ja teorian lukeminen ja prosessointi. Järjestelmällisesti käytyä teoriaosuus tuki liiketoimintasuunnitelman kirjoittamista.

Päätavoitteena opinnäytetyössä oli saada luotua selkeä ja yksinkertainen suunnitelma perustettavalle yritykselle. Opinnäytetyö saavutti tavoitteen. Saimme laadittua liiketoimintasuunnitelman, joka tukee meidän päätöstämme edetä Boulderpoint Oy:n perustamisjärjestelyissä.





Lähteet

Painetut

Ari Pitkämäki, Pk-Yrityksen liiketoimintasuunnitelma 25.4.2000 Gummerus kirjapaino Oy

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

Peltola, Leena 2015. Liikeideasta liikkeelle. 10., uudistettu painos. Edita, Helsinki. Viitattu 31.3.2019.

Juslén, Jari 2011. Nettimarkkinoinnin karttakirja. Tietosykli, Helsinki.

Sähköiset

BK Climbers. 2013-2018. Historia. Lainattu 24.11.2018.

<https://www.bkclimbers.fi/fi/website/boulderointi/historia/>

Business Finland. 2019. Business Finlandin Rahoituspalvelut. Viitattu 7.2.2019.

<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/rahoitus/>

Finnvera. Yrittäjälaina. Viitattu 12.4.2019 <https://www.finnvera.fi/tuotteet/lainat/yrittajalaina>

Kiipeily. 1/17. Kiipeily. Viitattu 24.11.2018. http://climbing.fi/lehdet/2017/Kiipeily_1_17.pdf

OnnistuYrittäjänä.fi. Business Model Canvas. Viitattu 5.4.2019. <https://www.onnistuyrittajana.fi/business-model-canvas-ohjeet>

Suomen Kiipeilyliitto ry. 2017. Boulderointi. Viitattu 24.11.2018. <http://www.climbing.fi/content/boulderointi>

Suomen Kiipeilyliitto ry. 2017. Jäsenseurat. Viitattu 24.11.2018. <http://www.climbing.fi/content/jasenkerhot>

Suomen Kiipeilyliitto ry. 2017. Lajit. Viitattu 24.11.2018. <http://www.climbing.fi/lajit>

Työ- ja elinkeinoministeriö 2013. Päivitetty 18.1.2019. Viitattu 12.4.2019. https://www.te-palvelut.fi/te/fi/tyonantajalle/yrittajalle/aloittavan_yrittajan_palvelut/starttiraha/index.html

Yrityksen Perustaminen. Kommandiittiyhtiön perustaminen. 2019. Viitattu 5.4.2019. <https://yrityksen-perustaminen.net/kommandiittiyhtio/>

Yrittäjät. Valitse Oikea yhtiömuoto. Viitattu 5.4.2019. <https://www.yrittajat.fi/yrittajan-abc/perustietoa-yrittajyydesta/yrityksen-perustaminen/valitse-oikea-yhtiomuoto-565987><https://www.yrittajat.fi/yrittajan-abc/perustietoa-yrittajyydesta/yrityksen-perustaminen/valitse-oikea-yhtiomuoto-565987>

Yritä.fi. Toiminimen perustaminen. 2019. Päivitetty 20.2.2019. Viitattu 5.4.2019. <https://yritä.fi/toiminimen-perustaminen>



Liiketoimintasuunnitelma BoulderPoint Oy

Jenna Helander
Tuomas Härkönen



Sisällys

1	Johdanto	16
2	Perustiedot yrityksestä	16
2.1	Yritysmuoto	16
2.2	Sijainti	16
3	Markkinat	16
4	Kilpailu	17
5	Liikeidea	17
5.1	Arvolupaus	17
5.2	Toiminta-ajatus	Error! Bookmark not defined.
5.3	Palvelut	19
5.4	Sijainti ja toimitilat	Error! Bookmark not defined.
5.5	Yhteistyökumppanit	19
5.6	Henkilöstö	19
6	Yhtiömuodon valinta	20
7	Rahoitussuunnitelma	20
8	SWOT-analyysi	20
9	Strategia ja tavoitteet	21
10	Riskianalyysi	21
11	Markkinointisuunnitelma	22
11.1	Asiakassegmentit	23
11.2	Asiakassuhteet	23
11.3	Jakelukanavat	23
12	Resurssit	Error! Bookmark not defined.
13	Laskelmat	24
13.1	Hinnoittelu	24
13.2	Tulovirrat	24

1 Johdanto

Liiketoimintasuunnitelmamme tarkoituksena on muodostaa realistinen kuva urheilualan yrityksen perustamisesta. Käsittelemme toimialaa yleisesti, markkinoita, kilpailijoita, rahoitussuunnitelmaa ja tulevaisuuden suunnitelmia yritykselle.

2 Perustiedot yrityksestä

Tavoitteenamme on tuottoisa ja kannattava liikunta-alan yritys, joka omalla toiminnallaan ohjaa suomalaisia urheilun ja terveellisempien elämäntapojen pariin. Haluamme tuoda iloa harrastajille ja auttaa ihmisiä löytämään mukavia liikuntamuotoja. Lisäksi haluamme pystyä kasvattamaan yrityksen tuottoa ja tarjota kannattavan vastineen sijoittajillemme.

2.1 Yritysmuoto

Perustettavan yhtiön yritysmuodoksi on valittu osakeyhtiö. Perustavia osakkaita on kaksi ja omistussuhteet jaetaan 50%/50%. Yrityksellä tulee olemaan alussa isoja investointeja ja lainoja, joten velallisena on tällöin osakeyhtiö - ei yksittäinen omistaja. Molemmat osakkaat laittavat alkuperäistä osakepääomaa 2500 €. Tarkoituksena on myös, että molemmat omistajat työllistyvät yhtiöön.

2.2 Sijainti

Haluamme perustaa yrityksemme Länsi-Espooseen Kivenlahteen. Tunnetun Kivenlahden alueen parhaiten ja uskomme tämän olevan todella kehittyvä alue jatkossakin. Espoonlahden, Kivenlahden ja Saunalahden alueille rakennetaan paljon uudisrakennuksia ja alueella alkaa liikennöidä myös metro muutaman vuoden sisällä. Kivenlahti on lähellä Kirkkonummen rajaa ja sijaitsee Länsiväylän varrella, joka helpottaa autolla liikkumista. Kivenlahden ja Saunalahden alueelle sijaitsee monia vuokrattavia halleja, joista pystyy muokkaamaan yrityksellemme sopivan toimipisteen. Tällöin emme yrityksen perustamisen alkuvaiheessa joudu investoimaan uuden toimitilan rakennuttamiseen ja tontin ostamiseen tai vuokraamiseen. Toimitiloissa on pukuhuoneet asiakkaillemme sekä pieni toimistotila, jossa pidämme kassan ja maksupäätteet. Toimistotilan edustalla on myös myynnissä yhteistyökumppaneidemme tuotteita, kiipeilykenkiä ja muita kiipeilyvarusteita sekä urheilutarvikkeita.

3 Markkinat

Urheilumarkkinat voivat Suomessa todella hyvin. Pääkaupunkiseudulla aukeaa tiheään tahtiin uusia kuntosaleja hyvinkin lähelle toisiaan. Viime vuosina onkin voitu puhua jopa niin sanotusta urheilubuumista. Haluamme hyödyntää buumia ja perustaa kiipeily-yrityksemme juuri nyt, kun kysyntä on kovinta.

4 Kilpailu

Boulderpoint Oy:n kilpailijoita ovat kaikki sisäkiipeilyä tarjoavat kiipeilyhallit pääkaupunkiseudulla, joita on tällä hetkellä useampi kappale. Suurimmat toimijat pääkaupunkiseudulla ovat Salmisaaren kiipeilyareena sekä Boulderkeskus Cave, jolla on Helsingissä kolme toimipistettä ja Espoon Suomenojalla yksi toimipiste. Tavoitteenamme on kilpailla tämänhetkisiä markkinajohtajia vastaan haalimalla Espoosta ja Kirkkonummen puolelta oma asiakasryhmämme ja luomalla lajia kohtaan uutta kiinnostusta.

5 Liikeidea

Suunnitelmanamme on perustaa Boulderpoint Oy:n nimellä boulderointihalli Espoon Kivenlahteen. Kivenlahti sijaitsee lähellä Espoon ja Kirkkonummen rajaa lopullisen Länsi-Metron päätepysäkinä ja Länsiväylän varrella. Kivenlahdessa on useita tehdashalleja, joihin on hyvät kulkuyhteydet niin Espoosta, Helsingistä kuin Kirkkonummeltakin. Tarkoituksenamme on vuokrata halli, josta on hyvät kulkuyhteydet Espoon ja lähiseudun asutuskeskittyymiin.

Perustamme boulderointihallin oman intohimomme takia. Koemme, että Espoossa ei ole tarpeeksi tarjontaa kiipeilyharrastuksesta haaveileville. Boulderointi on monipuolinen laji, joka tukee ihmisten hyvinvointia ja terveyttä monipuolisesti. Koko perheen harrastuksena se myös mahdollistaa kaikenikäisten harrastajien kunnosta huolehtimisen. Päädyimme boulderointihalli-ideaan, koska huomasimme selkeän puutteen palvelun tarjonnalle ja toisella perustajalla oli ennestään kokemusta lajista. Kasvavaa suosiota nauttiva boulderointi tulee varmasti keräämään Espoossa lukuisan määrän aktiiviharrastajia sekä modernia urheilulajia kokeilevia satunnaiskävijöitä.

5.1 Arvolupaus

Haluamme antaa asiakkaillemme mahdollisuuden pitää hauskaa ja harrastaa tehokasta liikuntaa samaan aikaan. Boulderointi yhdistää nämä tekijät paljon hauskemalla tavalla kuin esimerkiksi kuntosalitreenaaminen tai kahvakuulajumppaaminen.

Tarjoamme puitteet boulderointiin niin aloittelijalle kuin kilpaboulderioijallekin. Aloittelijat pääsevät lajiin mukaan harjoittelemalla kiipeilyä helpoilla radoilla. Kilpaboulderioijille tarjoamme huipputason haastavia ratoja.

Henkilökuntamme on asiantuntevaa ja asiakaspalveluhenkistä. Heiltä voi kysyä neuvoa boulderointiin liittyvissä kysymyksissä ja he vastaavat kysymyksiin mielellään. Jokaisella heistä on ainakin jonkin verran kokemusta boulderoinnista.

5.2 Ydintoiminnot

Ydintoimintomme ovat boulderointilippujen myyminen, keskuksen kiipeilyseinien ja muiden välineiden ylläpito ja huoltaminen, kiipeilykenkien myynti ja vuokraus sekä alussa markkinointi.

Markkinointi on alkuvaiheessa yksi tärkeimmistä, ellei jopa tärkein toimintomme. Markkinointiin olemme varanneet ensimmäisen vuoden ajalle muhkean 60 000 euron budjetin. Budjetin suuruus johtuu siitä, että olemme aloittava yritys, jonka täytyy levittää sanaa itsestään. Suurin osa budjetista käytetään keskuksen markkinoimiseen kouluille, urheiluseuroille ja kuntosaleille. Markkinoimme itseämme näille tahoille tarjoamalla heille tutustumispaketteja, ryhmälennuksia ja muita tarjouksia. Pyrimme tätä kautta saamaan suurella volyyminä pitkäaikaisia yhteistyö- ja asiakaskumppanuuksia. Lisäksi pyrimme tekemään yhteistyötä yritysten kanssa järjestämällä tiimipäiviä.

Vaikkei Espoossa olekaan monia kilpailevia halleja, emme voi tyytyä pelkästään niihin asiakkaisiin, jotka valitsevat meidät sijainnillisen helppouden perusteella. Osa asiakkaistamme tulee varmasti siitä espoolaisesta ryhmästä, joka ei ole boulderointia juurikaan harrastanut siitä syystä, että kaikki boulderointikeskukset ovat suhteellisen pitkän matkan päässä muualla pääkaupunkiseudulla.

Suuri osa potentiaalisista asiakkaistamme vierailee aktiivisesti jossain muussa pääkaupunkiseudun boulderointikeskuksessa. Meidän on saatava ainakin osa näistä asiakkaista itsellemme markkinoimalla halliamme mahdollisimman tehokkaasti. Espolaiset boulderoinnin harrastajat, jotka harrastavat lajia jossain muussa pääkaupunkiseudun boulderointikeskuksessa, on todennäköisesti melko helppo houkutella ainakin kokeilemaan halliamme. Toivomme toki, että mahdollisimman monesta heistä tulisi meidän vakioasiakkaitamme.

Boulderointilippujen myyminen on tärkein toimintomme. Ilman sitä meillä ei ole tarpeeksi tuloja pyörittää keskusta. Boulderointilippujen myynti varmistetaan aktiivisella markkinoinnilla ja keskuksen asianmukaisella ylläpidolla. Toinen tulonlähteenä toimiva toimintomme on kiipeilykenkien myynti ja vuokraus. Hallissa on kauppa, jossa kenkiä ja muita kiipeily- ja urheilutarvikkeita myydään. Kenkien vuokraus on pääkassan yhteydessä. Vuokrattavana olevat kengät tarkastetaan päivittäin, jotta varmistutaan siitä, että ne ovat asianmukaisessa kunnossa. Rikkinäiset ja kuluneet kengät vaihdetaan uusiin. Kenkiä vuokrataan asiakkaille yhdelle käyttökerralle kerrallaan.

Keskuksen kiipeilyseinien ja muiden välineiden ylläpito ja huoltaminen ovat pidemmän päälle erittäin tärkeitä toimintoja. Jos kiipeilyseinät ja välineet eivät ole kunnossa, massiivisella

markkinointibudjetilla hankkimamme asiakkaat kaikkoavat rahoinsa paremmin ylläpidettyihin boulderointihalleihin.

5.3 Palvelut

Tarjoamme asiakkaillemme seinäkiipeilypalveluita. Keskitymme alussa boulderointiin ja tähän liittyvien tapahtumien ja asiakastilaisuuksien järjestämiseen. Järjestämme myös alkeiskursseja, kiipeilykaveri-palvelun ja koulutuksia eri tasoille kiipeilijöille. Alkeiskurssien avulla haluamme mahdollistaa uusien harrastajien turvallisen lajiin tutustumisen ja perustekniikoiden oppimisen. Alkeiskursseilla on ohjaajana aina ammattitaitoinen kiipeilijä. Kiipeilykaveri-palvelu yhdistää kiipeilijöitä toisiinsa ja mahdollistaa uusien tuttavuuksien saamisen saman harrastuksen parissa. Boulderointi on parhaimmillaan yhteistyötä eri kiipeilijöiden välillä ja uusien reittien etsimistä yhdessä. Kiipeilykaveri-palvelun välityksellä ihmiset voivat järjestää yhteisiä kiipeilyiltoja, joihin eritasoiset kiipeilijät pääsevät osallistumaan. Järjestämme myös kehonhallintaan liittyviä kursseja, joissa parannetaan niin liikkuvuutta kuin lihaskuntoakin. Nämä tukevat kiipeilyharrastusta.

5.4 Yhteistyökumppanit

Yhteistyökumppaneita yrityksellämme ovat erityisesti espoolaiset koulut, urheiluseurat ja kuntosalit. Nämä yhteistyökumppanuudet saavutamme aktiivisella markkinoinnilla. Pyrimme tekemään koulujen ja urheiluseurojen kanssa tiivistä yhteistyötä. Tarjoamme kouluille uudenlaisen liikuntamahdollisuuden ja saamme vastineeksi tuloja varsinkin aamupäivien normaalisti hiljaisempiin aikoihin. Urheiluseurojen jäsenille tarjoamme alennusta lipuista, kenkien vuokrauksesta ynnä muista, sekä hauskan ja erilaisen treenimuodon. Kuntosalien jäsenille tarjoamme maanläheisemmän ja mielenkiintoisemman kuntoilumuodon kiipeilystä.

Tavoitteenamme on saada aikaan yhteistyökumppanuuksia myös esimerkiksi erilaisten urheilujuomavalmistajien sekä lisäravinnevalmistajien ja -jälleenmyyjien kanssa. Näiden kumppaneiden tuotteita voidaan myydä hallilla. Voisimme myös harkita yhteistyötä esimerkiksi muiden boulderointikeskusten kanssa sekä kiipeilyseinien rakennusmateriaalien tavarantoimittajien kanssa.

5.5 Henkilöstö

Henkilöstömme koostuu alussa yrityksen kahdesta perustajasta sekä kahdesta palkatusta kokoaikaisesta työntekijästä. Työntekijät hoitavat asiakaspalvelua ja kassapalveluita sekä osaamisensa mukaan vetävät kursseja harrastajille. Toinen palkatuista työntekijöistä vastaa myös boulderointireittien suunnittelusta.

6 Yhtiömuodon valinta

Päätimme valita yhtiömuodoksi osakeyhtiön liiketoiminnan koon sekä rakenteen takia. Osakeyhtiön valinta antaa yhtiöllemme selkeän rakenteen sekä paremman mahdollisuuden hakea rahoitusta sitä tarvittaessa. Yhtiömme tavoitteena on kasvaa hyvin tuottavaksi yritykseksi ja hakea maltillista kasvua. Haluamme myös pitää vaihtoehdon auki nostaa yrityksestä voittoja joko osinkoina tai palkkana. Tiedostamme myös yrittämiseen liittyvät riskit, joten haluamme myös suojella itseämme ottamalla mahdolliset lainat osakeyhtiön kautta, jolloin myös lainan vastuut ovat yhtiön vastuulla.

7 Rahoitussuunnitelma

Yritystoiminnan aloitusta varten on budjetoitu 150 000 €, josta omistajat sijoittavat yhtiöön yhteensä 50 000 €. Finnveralta haetaan 100 000 € yrittäjälainaa toiminnan rahoittamista varten. Mikäli Finnvera ei tee myönteistä luottopäätöstä, haetaan pankeista yrityslainaa ja kilpailutetaan näistä paras vaihtoehto. Molemmat omistajat hakevat TE-toimiston henkilökohtaista yrityksen starttirahaa.

8 SWOT-analyysi

Teimme liikeideastamme SWOT-analyysin. SWOT-analyysissä pohdimme liikeideamme vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia.

<p>Vahvuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Espoossa on vain yksi boulderointia tarjoava yritys - Ei vaadi montaa työntekijää (alkuun 2 omistajaa + 2 työntekijää) - Yksinkertainen ja toimiva liikeidea - Kasvava fitnessbuumi, joka helpottaa asiakkaiden haalimista 	<p>Heikkoudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pieni lähtöpääoma ja kallis alkuinvestointi - Verkostoituminen boulderointiyhteisöjen kanssa, vakio asiakaskunnan hankkiminen vaikeaa - Vaatii perustajilta täyspäiväistä panosta - Perustajat tällä hetkellä vakituudessa, kokoaikaisessa työssä, edellyttää riskinottoa - Rajallinen tuntemus lajia kohtaan, tarvitaan työntekijäksi ammattilainen, joka tuntee lajin ja osaa pystyttää yhdessä asiakkaiden toiveiden kanssa uusia ja mielekkäitä kiipeilyreittejä
<p>Mahdollisuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kasvu Espoossa, muiden kiipeilykeskusten avaaminen, jos toiminta tuottoisaa - Toiminnan laajentaminen turvaköysikiipeilyyn - Nettikaupan pystyttäminen boulderointivarusteille - Viedä brändi urheiluharrastus ja brändi ulkomaille, aloittaen muista pohjoismaista - Mahdollisuus kasvaa muutamassa vuodessa todella tuottavaksi yritykseksi - Yhdistää monipuolinen kuntosali ja ryhmäliikuntatunteja ja kasvattaa yritystä eri suuntiin 	<p>Uhat</p> <ul style="list-style-type: none"> - Muut alalla toimivat kilpailijat - Ns. pienen yrityksen ongelmat, esim. työntekijöiden sairastuminen samanaikaisesti - Riittämätön kiinnostus lajia kohtaan, ei riitä asiakkaita kattamaan kuluja

9 Strategia ja tavoitteet

Strategianamme on luoda houkutteleva ja monipuolinen kiipeilykeskus. Haluamme luoda yrityksen, joka houkuttelee ihmisiä käymään aktiivisesti harrastamassa sekä uusia ihmisiä harrastuksen pariin.

10 Riskianalyysi

Suurimmat riskikategoriat liittyvät liike- sekä taloudellisiin riskeihin. Molemmat riskit ovat vahvasti yhteydessä pääseekö yritys tavoitteisiinsa ja taloudellisesti kannattavaksi tarpeeksi nopeasti. Suurin riski tulee liittymään kassavirran saaminen positiiviseksi eli jatkuvan asiakasvirran hankkimiseen. Omaisuus- ja rikosriskit jäävät huomattavan pieneksi, koska

toimitila on vuokratila ja tilaan on erikseen hankittu vakuutus. (Bisnes.fi. 2018.) Tärkeää on neuvotella pankin kanssa joustava lainanmaksusuunnitelma, joka huomioi aloittelevan yrityksen vaihtelevan kassavirran.

Riski	Suojautumiskeinot
Henkilöriskit	
Tapaturmat	
- henkilöstö	Tapaturmavakuutus työtapaturmien varalta
- asiakkaat	Tapaturmavakuutus
Sairastuminen	Sairausvakuutus
Liikeriskit	
Asiakkaiden puute	Tehokas markkinointi
Kannattamattomuus	Talouden seuranta, nopea reagointi
Kysynnän lasku	Asiakasanalyysi, liikeidean täsmentäminen
Kilpailijoiden vahvistuminen	Oman brändin arvon kasvattaminen
Resurssipula	Rekrytointi, omavaraisuusasteen tarkkailu
Omaisusriskit	
Vandalisointi	Ilkivaltavakuutus, piirivartiointi ulkoiselta toimittajalta
Varkaus	Irtaimistovakuutus
Tulipalo, vesivahinko	Kiinteistövakuutus
Vahingonkorvausvaatimukset	
Korvausvaatimukset loukkaantumisista	Vastuuvapautuslomake, tapaturmavakuutus
Muut riskit	
Prosessien tehottomuus	Prosessien arviointi ja uudelleen järjestely, palaute työntekijöiltä

11 Markkinointisuunnitelma

Suunnitelmanamme on tehdä yritykselle nykyaikaiset ja houkuttelevat verkkosivut ammattimaisen graafisen suunnittelijan toimesta. Suurin painoarvo markkinoinnissa tulee olemaan eri sosiaalisen median alustojen käytöllä. Brändin tunnettavuuden lisäämiseksi sosiaalisen median käyttäminen on mielestämme kustannustehokkain keino aloittavalle pienyritykselle. Saamme myös sosiaalista median kautta kohdennettua mainontaamme laajalle potentiaaliselle asiakaskunnalle.

Eri sosiaalisen median alustoista yritys käyttää Facebookia, Twitteriä, Instagramia sekä Youtubea. Tilit tehdään Boulderpoint brändinimen alle ja pystymme näin saamaan myös laajemmin brändin tunnettavuutta kasvatettua. Sosiaalisen median kautta pystymme viestimään erilaisista tarjouksista, palveluista sekä myymälässä myytävistä tuotteista.

Facebookissa voisi esimerkiksi myös olla erilaisia kilpailuja, jotka näin houkuttelisivat myös kiinnostuneita asiakkaita jakamaan tietoa eteenpäin omilla aikajanoillaan.

Instagramin ja Youtuben kautta on tarkoitus pyrkiä aktiivisesta jakamaan kuvia ja videoita ja näin aktivoita näin potentiaalisia kohderyhmiä. Yritys tavoittelee tuottamaan positiivista ja energistä sisältöä ja näin jakamaan yrityksen arvoja ja imagoa.

11.1 Asiakassegmentit

Asiakassegmenttimme on 7-60 -vuotiaat miehet ja naiset. Yritämme tasapainotella suurten massojen ja pienempilukuisen aktiiviharrastajayhteisön välillä. Haluamme tutustuttaa uusia ihmisiä lajiin, mutta haluamme myös miellyttää sen harrastajia parhaalla mahdollisella tavalla.

Boulderpointin tärkeimmät asiakkaat ovat ryhmät. Ryhmät tuovat myyntiin volyymia. Etenkin koululaisryhmät ovat meille tärkeitä, sillä ne täyttävät aamupäivän hiljaisemmat tunnit. Asiakkaita pyritään saamaan koululaisryhmien lisäksi muun muassa urheiluseuroista, kuntosaleilta ja yrityksistä.

Toinen tärkeä asiakasryhmä ovat boulderoinnin harrastajat, joita varten keskus ensisijaisesti perustetaan. Olemme ottaneet huomioon myös kilpaboulderoijat, joille tarjoamme haastavia ratoja ja huippuluokan puitteet boulderoinnin ammattimaiseen harjoitteluun.

11.2 Asiakassuhteet

Asiakassuhteiden ylläpito on olennainen osa liiketoimintaamme. Meille on tärkeää muodostaa pitkäaikaisia asiakassuhteita. Pitkäaikaisia asiakassuhteita luodaan hyvän ja järjestelmällisen työn avulla. Keskuksesta ja asiakkaista täytyy pitää hyvää huolta, jotta asiakkaat ovat tyytyväisiä. Kun asiakas on tyytyväinen saamaansa palveluun, haluaa hän todennäköisesti käyttää palvelua uudestaan. Tätä kautta onnistumme luomaan pitkiä kanta-asiakassuhteita ja hankkimaan aktiivijäseniä keskukseemme.

Tavoitteena on myydä asiakkaille mahdollisimman paljon kuukausi- ja vuosilippuja, jotta hallin kapasiteetti tulisi täytettyä. Yhdelle kerralle kertyvä maksu olisi luonnollisesti sitä halvempi, mitä pidemmälle ajalle lippu on ostettu. Kertalipun hinta on verrattain kallis vuosilippuun nähden.

11.3 Jakelukanavat

Yrityksemme palvelee asiakkaitaan sähköpostilla, puhelimitse, Facebookissa, nettisivuillaan sekä avustaa paikan päällä. Nettisivuillamme on kaikki olennaiset tiedot yrityksestämme, aukioloajoista, hinnoista, sijainnista ynnä muista sellaisista.

Puhelimitse ja sähköpostitse voi varata aikoja isommille porukoille sekä kysellä yleispäteviä kysymyksiä liittyen boulderointiin. Paikan päällä henkilökunta avustaa apua tarvitsevia kiipeilijöitä sekä myy ja vuokraa boulderointiin tarvittavia välineitä.

12 Laskelmat

Yritystoiminnan aloituksen tueksi on laadittu ensimmäisen vuoden budjetti (liite 1). Budjetissa on eriteltynä kuukausitasolla tulot ja menot. Menot on eritelty kululajeittain, jotta yksittäisiä budjetin ylityksiä ja alituksia on helppo seurata. Budjetissa seurataan myös rahoitustilannetta. Myyntibudjetissa on eritelty boulderoinnista ja kenkämyynnistä tulevat tulovirrat. Myyntibudjetin luvut perustuvat kävijäarviointeihin ja laatimaamme hinnastoon.

12.1 Hinnottelu

Hinnoittellemme yksittäiset kiipeilykerrat ja kurssimuotoiset kiipeilyt erikseen. Tarjoamamme vaihtoehdot ovat: kertamaksu, 10-kerran kortti, kuukausikortti, vuosikortti. Kurssit hinnoitellaan erikseen riippuen kurssin pituudesta, suunnatusta kohdeyleisöstä ja kouluttajasta. Hinnaston on tarkoitus motivoida asiakkaita pitkäaikaiseen sitoutumiseen. Mitä pidempään jaksoon asiakas sitoutuu, sitä edullisemmaksi yksittäinen kiipeilykerta tulee.

Hinnasto	
Kertamaksu	10 €
10-kerran kortti	90 €
Kuukausikortti	75 €
Vuosikortti	700 €

12.2 Tulovirrat

Suurin tulovirta koostuu päivittäisistä asiakaskäynneistä. Yrityksen harjoittama oheistavaramyynti eli kiipeilyvälineiden jälleenmyynti tuottaa yrityksen toiseksi suurimman tulovirran. Kiipeilykeskukselle on myös erittäin tärkeää aktiiviharrastajat, jotka ostavat pitkän aikavälin kausikortteja.

Lähteet

Sähköiset

Bisness.fi. 2018. Yritystoiminnan riskit. Luettu 15.4.2019. <https://bisnes.fi/yritystoiminnan-riskit>

Tukes. Kuluttajille tarjottavat palvelut. Luettu. 15.4.2019. <https://tukes.fi/tuotteet-ja-palvelut/kuluttajille-tarjottavat-palvelut/ohjelma-ja-elamyspalvelut/kiipeily>

Liitteet

Liite 1: Ensimmäisen vuoden budjetti.....	27
Liite 2: Myyntibudjetti	28

Liite 1: Ensimmäisen vuoden budjetti

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	
A KASSA KUUKAUDEN ALUSSA	23 000,00 €	36 902,67 €	29 670,26 €	43 630,77 €	57 620,20 €	50 474,55 €	64 521,82 €	78 598,01 €	66 539,12 €	80 673,15 €	89 836,10 €		
Kassaan maksut		46 000,00 €	46 000,00 €	46 000,00 €	46 000,00 €	46 000,00 €	46 000,00 €	46 000,00 €	46 000,00 €	46 000,00 €	46 000,00 €	46 000,00 €	506 000,00 €
+ katetismyynti													
+ maksut myyntisaamisista													
+ muut maksut													
Yhteensä	46 000,00 €	46 000,00 €	46 000,00 €	46 000,00 €	46 000,00 €	46 000,00 €	46 000,00 €	46 000,00 €	46 000,00 €	46 000,00 €	46 000,00 €	46 000,00 €	506 000,00 €
B													
Kassastamaksut													
- arvonlisävero	5 220,00 €	5 220,00 €	5 220,00 €	5 220,00 €	5 220,00 €	5 220,00 €	5 220,00 €	5 220,00 €	5 220,00 €	5 220,00 €	5 220,00 €	5 220,00 €	57 420,00 €
- katetisotot	1 500,00 €	1 500,00 €	1 500,00 €	1 500,00 €	1 500,00 €	1 500,00 €	1 500,00 €	1 500,00 €	1 500,00 €	1 500,00 €	1 500,00 €	1 500,00 €	18 000,00 €
- ostovelkojen maksut													
- palkat	8 000,00 €	8 000,00 €	8 000,00 €	8 000,00 €	8 000,00 €	8 000,00 €	8 000,00 €	8 000,00 €	8 000,00 €	8 000,00 €	8 000,00 €	8 000,00 €	88 000,00 €
- ennakonpidätykset ja soutu-maksut	2 868,00 €	2 868,00 €	2 868,00 €	2 868,00 €	2 868,00 €	2 868,00 €	2 868,00 €	2 868,00 €	2 868,00 €	2 868,00 €	2 868,00 €	2 868,00 €	31 548,00 €
- vakuutukset	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	6 000,00 €
- vuokrat	5 000,00 €	5 000,00 €	5 000,00 €	5 000,00 €	5 000,00 €	5 000,00 €	5 000,00 €	5 000,00 €	5 000,00 €	5 000,00 €	5 000,00 €	5 000,00 €	60 000,00 €
- korot	333 €	304,41 €	275,49 €	246,57 €	217,65 €	188,73 €	159,81 €	130,89 €	101,97 €	73,05 €	44,13 €		2 076,03 €
- verot	100 000,00 €	11 164,00 €											11 164,00 €
- investoinnit													100 000,00 €
- muut (lisää allaoleville riville)													
Markkinointi	20 000,00 €	10 000,00 €				10 000,00 €				15 000,00 €			60 000,00 €
C													
Yhteensä	127 000,00 €	23 421,33 €	44 556,41 €	23 363,49 €	23 334,57 €	44 469,65 €	23 276,73 €	23 247,81 €	49 382,89 €	23 189,97 €	28 161,05 €	34 296,13 €	467 700,03 €
D													
Rahoitus													
- lainojen lyhennykset	8 676,00 €	8 676,00 €	8 676,00 €	8 676,00 €	8 676,00 €	8 676,00 €	8 676,00 €	8 676,00 €	8 676,00 €	8 676,00 €	8 676,00 €	8 676,00 €	96 436,00 €
+ lainojen nostot	100 000,00 €												100 000,00 €
+ omistajien sijoitukset	50 000,00 €												50 000,00 €
- omistajien yksityisnostot													
Yhteensä	150 000,00 €	-8 676,00 €	-8 676,00 €	-8 676,00 €	-8 676,00 €	-8 676,00 €	-8 676,00 €	-8 676,00 €	-8 676,00 €	-8 676,00 €	-8 676,00 €	-8 676,00 €	54 564,00 €
KASSA KUUKAUDEN LOPUSSA	23 000,00 €	36 902,67 €	29 670,26 €	43 630,77 €	57 620,20 €	50 474,55 €	64 521,82 €	78 598,01 €	66 539,12 €	80 673,15 €	89 836,10 €	92 863,97 €	

Liite 2: Myyntibudjetti

Myynti

Asiakkaita per tunti	10
Tunteja auki	13
Hinta	10
Myynti päivässä (€)	1300

Myynti kuukaudessa	39000
Verot 10 %	3900

Kenkämyynti

Osto 15e/pari
Myynti 70e/pari

Myynti 100 kpl/kk

Ostot/kk (€)	1500
Myynti/kk (€)	7000

Myyntivoitto	5500
Verot 24 %	1320

Myyntivoitto yht.	44500
Verot yht	5220

Vuokra	5000 €/kk
---------------	-----------