



In the
LIBRARY



At the
CAFE



In a
MEETING



Forretningsplan NØST SB

Konfidensiell - kun til intern bruk

On the
GO



Working with
FRIENDS



Take me
ANYWHERE

Wherever life takes you, NØST will always accompany you - packed neatly into your backpack or providing you with the power you need.

Innholdsfortegnelse

1. Innledning	2
1.1. Bakgrunn	2
1.2. Initiativtakere og nøkkelpersonell	2
1.3. Firma	3
2. Forretningsidé og visjon	3
2.1. Visjon	3
2.2. Forretningsidé	4
3. Markedsvurdering	4
3.1. Bransje	4
3.2. Kunder	5
3.3. Konkurrenter	5
3.4. Totalmarked og antatt markedsandel	6
4. Produkt-/ tjenestebeskrivelse	6
4.1. Beskrivelse av produkt/tjeneste	6
4.2. Patentering og rettighetsbeskyttelse	7
5. Forretningsmodell	7
5.1. Tjenester:	7
5.2. Produktsalg:	7
5.3. Avkastning:	7
5.4. Funksjoner i bedriften	7
5.5. Samarbeidspartnere	8
5.6. Beskrivelse av avtaler med samarbeidspartnere	8
6. Målsettinger	8
6.1. Kortsiktige mål	8
6.2. Langsiktige mål	8
7. Markedsføring og salg	8
7.1. Segmentering – Markedsfokus	8
7.2. Prisstrategi / prismodell	9
7.3. Distribusjon	9
7.4. Salgs- og markedsføringsaktiviteter	9
8. Organisasjon og kompetansebehov	9
8.1. Selskapsform og styre	9
8.2. Kompetansebehov	10
8.3. Organisasjonsstruktur	10
9. Økonomi	10
9.1. Budsjetter	10
9.2. Kapitalbehov og finansiering	12
10. Risikoanalyse	12
10.1. Kritiske faktorer	13
11. Fremdriftsplan	14

1. Innledning

1.1. Bakgrunn

NØST Studentbedrift ble etablert på bakgrunn av produktet NØST, som beskytter, oppbevarer og organiserer laderen til Apples MacBook. NØST Studentbedrift leverer tjenester innen industrideign og produktutvikling. Grunnleggerne av selskapet har en felles sterk kompetanse innen produktutvikling, prosjektutvikling og prosjektledelse.

1.2. Initiativtakere og nøkkelpersonell

Navn:	Stilling	Tlf:
Jon Erik Stensrød	Daglig leder	91191915
Mikael Nilsson Søyland	Design ansvarlig	95555130
Henrik Holter	Teknisk ansvarlig	90677095
Tony Engen Mikarlsen	PR og Marked	47446090

1.2.1. Bakgrunn for idé

Produktet springer ut fra en idé av Jon Erik Stensrød. Videreutviklet i felleskap med Mikael Nilsson Søyland, Henrik Holter og Tony Engen Mikarlsen. Bedriften ble etablert på bakgrunn av en hovedoppgave i faget produktutvikling.

1.2.2. Initiativtakernes kompetanse og erfaring

Jon Erik Stensrød

Skole: Innovasjon og prosjektledelse(3 år - HiØ)
Media og kommunikasjon(3år - Hjalmar Johansen)
Erfaring: Sertifisert i Lean Six Sigma (Gult belte)
Jobbet som selger (7år samlet)
Jobbet som håndverker (2 år)
Fullfør førstegangstjeneste (korporal) (1år)

Mikael Nilsson Søyland

Skole: Innovasjon og prosjektledelse(3 år - HiØ)
Psykologi, årsstudium
Erfaring: Sertifisert i Lean Six Sigma (Gult belte)
Jobbet som fotograf innen produkt-, bryllup- og portrettfoto (3 år)
Jobbet som alarmoperatør (5 år)

Henrik Holter

Skole: Heimevernets befalsskole for jegertjeneste (2år)
Innovasjon og prosjektledelse (1,5/3år - HiØ)
Erfaring: Sertifisert Lean Six Sigma (Gult belte)
Jobbet tjenestegjort i forsvaret som sersjant i 3år
Fullført førstegangstjeneste 1år, inkludert befalsskole.

Tony Engen Mikarlsen

Skole: Idrettslinja (3år - Kirkeparken VGS)
Bedriftsøkonomi (1år - HiØ)
Innovasjon og prosjektledelse(3år - HiØ)
Erfaringer: Jobber som selger nå (6 mnd)

**I Innovasjon og prosjektledelse har vi opparbeidet kunnskap om:*

Prosjektledelse, Organisasjonsutvikling, Prosjektutvikling, Produktutvikling, Risikoanalyse, Økonomi og innovasjon, Grunnleggende matematikk og statistikk, Innovasjonsteknikk, Bærekraftig innovasjon, Kreativitet og Entreprenørskap, Studentbedrift, Markedsføring, Opplevelsesdesign,

1.2.3. Initiativtakernes kontaktnett

- Rino Nilsen / Verktøymaker, resursperson og 3D print, HiØ
- Ola Omberg / Ressursperson 3D print, NMBU
- Terje Wahlstrøm / CEO Nxtech (mentor for SB)
- Karl-Fredrik Andersen / Nxtech
- Olav Larsen / Ressursperson innen masseproduksjon av plastdeler
- Camilla Simonsen / Ressursperson hos Snø designstudio
- Leif Christian Karlsen / Ressursperson grafisk design
- Erik Pavels Petersen / Pavels Innovation, samarbeidsparter produksjon
- Jørn Eriksen /Grunnlegger av Projection Design (rådgiver)
- Magnus Kristiansen / Byråleder hos The Pitch
- Rikard Kalland / Lindberg og Lund AS
- Mads Viborg / Selger hos Protototal
- Frode Eliassen / Smurfit Kappa, emballasje
- Jens-Kristian Rostad / NMBU TTO
- Rune Martinsen / Kategori ansvarlig tilbehør Expert Norge
- Med flere

1.3. Firma

- Navn: NØST Studentbedrift
- Postadresse: Østensens vei 24, 1619 FREDRIKSTAD
- Telefon: 91191915
- Revisor: Heine Lien
- Org nr: 916246153
- Lokalisering: Fredrikstad, Østfold
- Selskapsform: SB, Studentbedrift
- Eiere: Jon Erik Stensrød (25%), Mikael Nilsson Søyland (25%), Henrik Holter (25%), Tony Engen Mikarlsen (25%).
- Styremedlemmer: Mikael Nilsson Søyland, Henrik Holter, Jon Erik Stensrød, Tony E. Mikarlsen

2. Forretningsidé og visjon

2.1. Visjon

NØST Studentbedrift om 10 år.

- NØST skal om 10 år være en veletablert bedrift med 12 ansatte på fulltid, og et møtepunkt for Østfoldbedrifter med utfordringer innen industridesign. NØST skal levere industrielle designtjenester. Initiativtakerne av bedriften vil fortsatt jobbe med sine poster i bedriften, men med et team under seg som støtter opp og kommer med nye, gode og innovative løsninger på vanskelige utfordringer. NØST vil ha en egen utviklingsavdeling med 4 faste ansatte. Disse vil jobbe med utvikling av interne produkter, slik som i dag.
- Rask økonomisk vekst med salg av vårt første produkt NØST og gå over til AS, for å få gjennomført salget.
- NØST starter nasjonalt og tar produktet internasjonalt i samarbeid med nåværende og fremtidige partnere.
- Leverer løsninger innen Industridesign, produktutvikling, videreutvikling og salg av forretningsideer. Våre kunder er bedrifter og enkeltpersoner.

2.2. Forretningsidé

- NØST studentbedrift skal levere løsninger innen industrideign, produktutvikling samt videreutvikling og salg av forretningsideer til det nasjonale bedrifts- og privatmarkedet.
- Med vår brede erfaring og kunnskap innenfor ledelse, produktutvikling, organisasjonsutvikling, prosjektutvikling og livserfaring, skal vi levere produkter og tjenester etter kundens behov og visjoner.

2.2.1. Produkter:

NØST:

NØST Studentbedrift tilbyr en beskyttende og ryddig løsning på kabelrotet som oppstår med Apples MagSafe-lader, gjennom en innovativ innkapslingsløsning som er enkel og rask å håndtere. Produktet sikter seg inn på MacBook-brukere som er på farten, har dårlig plass på arbeidspulten eller har behov for en ryddig hverdag. NØST skiller seg tydelig fra de eksisterende løsningene som finnes på det internasjonale markedet. Med NØST dras kabelen enkelt inn med en naturlig håndbevegelse og kan justeres til ønsket lengde på kort tid. Det er for øvrig verdt å merke seg at ingen av våre konkurrenter selges på det norske forbrukermarkedet.

2.2.2. Tjenester:

NØST Studentbedrift har også bidratt lokalt i skolemiljøet på Høgskolen i Østfold, i form av å holde foredrag, bistå med 3D-tegning og veiledning. Vi er også i samtaler med Hans Nielsen Hauge VGS om å stille opp som mentorer for ungdomsbedrifter ved skolen kommende skoleår. I fremtiden vil det komme flere spennende og innovative løsninger fra NØST.

3. Markedsvurdering

3.1. Bransje

3.1.1. Markedets tilstand

Forbrukerelektronikk er et veletablert marked i sterk vekst. Siden smarttelefonens inntog i 2008, har det blitt et stadig økende behov for tilbehør og beskyttelse til personlig elektronikk. Forbrukerelektronikk og tilleggsprodukter har aldri vært i sterkere vekst og vi bruker mer penger enn noen gang.

Per i dag er det et svært lite marked for beskyttelsesprodukter til laptopladere internasjonalt, og ikke-eksisterende marked i Norge. Våre markedsundersøkelser viser allikevel at dette er et latent behov med god betalingsvillighet.

3.1.2. Distribusjonskanaler

NØST skal selge produktet gjennom kjente forhandlerkjeder som f.eks Expert, Elkjøp og Lefdal. Dette er store og etablerte kjeder som har opparbeidet seg til å bli markedsledende innen forbrukerelektronikk. NØST Studentbedrift har vært i samtaler med Expert om å føre NØST i sin detaljhandel, og har utarbeidet en uoffisiell avtale.

3.1.3. Samarbeidspartnere

- Mentor:** **Terje Wahlstrøm**, daglig leder i Nxtech
Hjelper NØST med bedriftsutvikling, taktiske avgjørelser og veivalg. Innehar relevant kompetanse og nettverksforbindelser.
- Marked:** **Magnus Kristiansen**, Daglig leder The Pitch
Bidrar med visuelt materiell og promotering på nett.
Leif Christian Karlsen
Designer som har hjulpet oss med logo og visuell profil, samt emballasje til produktet NØST.
- Produksjon:** **Erik Pavels Petersen**, Daglig leder Pavels Innovation
Partner som skal hjelpe NØST ut på det nasjonale og internasjonale markedet fra ide til marked. Hjelper også til med å bære produksjonskostnaden og veiledning innen distribusjon.

Detaljhandel: Rune Martinsen, Kategorisjef tilbehør data Expert Norge

NØST Studentbedrift har utarbeidet en uoffisiell avtale med Expert om kjøp av 2-400 enheter for å prøve salget i noen utvalgte butikker.

NØST Studentbedrift vil på sikt opprette flere liknende avtaler med andre aktuelle aktører.

3.2. Kunder

NØST Studentbedrift har en forretningsmodell som baserer seg på å selge produkter til forbrukere via distributører og elektronikkforhandlere.

Et tilleggsmarked er bedriftsmarkedet. Her tilbyr vi NØST med ønsket logo på toppen istedenfor den ikoniske NØST logoen. Dersom for eksempel SAS eller Thon Hotels ønsker det, kan de gi en NØST med firmaets logo til ansatte eller selge i sine respektive miljøer.

3.2.1. Geografi

NØST Studentbedrift vil håndtere salg til norske el-forhandlere, mens utenlands salg vil foregå gjennom distributører. Ettersom produktet er et tilleggsprodukt til MacBook, vil vårt potensielle marked være alle land i verden der også MacBook selges.

3.2.2. Demografi

NØST Studentbedrift selger til alle MacBook-brukere uavhengig av kjønn, i aldersgruppen 12 - 62 år. NØST er kompatibel med totalt 36 forskjellige MacBook-modeller, fra 2006 og frem til dags dato.

3.2.3. Kjøpspreferanser

For at kundene skal kjøpe produktet, er det viktig at vi oppfyller forventninger om at produktet er beskyttende, lett, liten i størrelse, portabel og slitesterk. Samtidig er det viktig at produktets utseende passer til MacBooken og er tilgjengelig i et utvalg av farger.

3.2.3.1. Volum og regelmessighet

Volumet som blir solgt til detaljist vil gå i puljer, og variere i størrelse. Volumet vil også bestemmes av hvorvidt produktet blir en suksess eller ikke, som igjen vil regulere regelmessigheten. Til å starte med har vi bestilt 4000 NØST som skal fordeles på de største detaljhandlene i Norge og Europa. De første salgene vil mest sannsynlig være på henholdsvis 1-400 stk per detaljist.

3.2.3.2. Betalingsviljen til kunden

Gjennom mer enn 100 markedsundersøkelser og samtaler med forhandler (Expert) og partner (Pavels Innovation), har det kommet fram at vi fanger opp 82% av markedet ved en pris på 249,-. Hvis prisen settes til 299,- fanger vi opp 47% av markedet.

3.3. Konkurrenter

NØST stiller i et foreløpig lite konkurranseutsatt marked. Selskaper med konkurerende produktløsninger opererer i hovedsak på det amerikanske markedet, hvor de har sitt utspring. Disse produktene selges også på internett, men med lav markedsføring i Europa, og Norge spesielt. Dette gjør at NØST har gode muligheter til å ta store deler av det nordiske markedet. Med vår suksess vil det vokse frem konkurrerende produkter/konkurrenter.

3.3.1. Relevante konkurrenter for produktet NØST

Quirky PowerCurl

Quirky er utseendemessig det nærmeste produktet til NØST. Produktet består i en overdel og en underdel som passer sammen for å fungere som en oppbevarende enhet. Overdelen er produsert i silikon og brettes manuelt over laderen.

- Sterke sider – Quirky kommer i silikon. Et materiale som føles luksuriøst i hånden, og har gode egenskaper innen slitestyrke. Produktet har relativt god tilgjengelighet, da den distribueres på tunge, nettbaserte kanaler som Amazon. Produktet gir god beskyttelse mot kabelskader.

- Svake sider – Quirky har flere tilbakemeldinger og "anmeldelser" på sine distribusjonskanaler. Ting som går igjen her er at silikonene er for stram, som gir problemer med å få plass til all ledningen. Det meldes også om at produktet faktisk øker arbeidstiden det tar og organisere kablene. I tillegg påstår enkelte at produktet faktisk forårsaker kabelbrudd. Produktet er også noe dyrere enn NØST grunnet frakt. All kabelhåndtering skjer manuelt.

PowerPlay

PowerPlay består av to lær skiver plassert etter hverandre slik at de danner et kabelrom. Disse skivene festes til laderen med en bred strikk. Produktet har en egen hjemmeside og distribueres gjennom Amazon.

- Sterke sider - Produktet har høy rangering på Amazon som et godt produkt. Produktet passer alle lader typer, da strikken er naturlig tøyelig. Produktet kommer i mange farger og er laget i luksuriøse materialer.
- Svake sider – produktvideoen viser ca 1minutt håndteringstid, noe som er over 100% økning fra NØST. Produktet beskytter kun ca 33% av laderoverflaten og har ingen innvirkning på hjørner og andre utsatte områder ved fall. Dessuten organiserer produktet kun den tynne kabelen – ikke 220V-kabelen.

The Loop

The Loop er i utgangspunktet en lærveske for laderen. Den samhandler ikke med noen del av laderen, men kommer i et delikat lærdesign.

- Sterke sider – The loop føles og ser luksuriøst ut med sitt moderne skinndesign. Kan oppfattes som en trendy måte og vise sin lader på. Produktet beskytter laderen mot riper og overflateskader under transport.
- Svake sider. - The Loop tillegger ikke laderen noen form for ekstra verdi. Produktet minsker ikke håndteringstiden av kabler, da dette gjøres før man samhandler med produktet. Produktet beskytter laderen i minimal grad mot fall, slag og andre støtskader. Produktet kan ikke benyttes samtidig som laderen er i bruk, og begrenser seg derfor kun til transport. Produktet er langt dyrere enn NØST med utsalgspris på 80 USD pluss frakt på 18,50 USD.

3.4. Totalmarked og antatt markedsandel

Totalmarkedet er veldig vanskelig å fastsette ettersom elektrogigantene holder sine salgstall tett til brystet. Den beste indikatoren på at totalmarkedet er stort kommer fra Apple selv som viser til 5,3 millioner solgte Mac på verdensbasis i første kvartal 2016. NØST støtter 36 forskjellige MacBook-modeller produsert fra 2006 til dags dato. Markedsandelen til NØST er vanskelig å fastslå ettersom konkurrerende produkter ikke har sluppet noen salgstall, og eventuelle anslag vil derfor være ren spekulasjon.

4. Produkt-/ tjenestebeskrivelse

4.1. Beskrivelse av produkt/tjeneste

NØST er et tilleggsprodukt for Apple-brukere, som oppbevarer, organiserer og beskytter laderen til Apples MacBook. NØST er fokusert rundt kundebehovene.

Nøst gir effektiv oppsamling av hele kabelen	NØST fungerer godt mekanisk
NØST gir effektiv plassbesparelse i bag/sekk, samt på arbeidsstasjonen	NØST kommer i forskjellige farger – kommer i dag i de fire fargene Hvit, sort, rosa og blå
NØST forhindrer at kabelen snurrer seg og knytter seg	NØST har en konkurransedyktig pris i markedet
NØST er robust, og tåler vanlig bruk godt	NØST overholder norske lover og standarder
NØST er portabel	NØST gir justerbar kabellengde
NØST er designmessig innbydende	NØST har en lav vekt

NØST er enkel og bruke, uten lange forklaringer	NØST består av under 10 deler - NØST er nå i 3 deler
NØST beskytter laderen fra normal bruk - NØST er stresstestet for inntil 91kg	NØST er støyfri - per i dag er NØST tilnærmet støyfri
NØST påfører ikke originalproduktet noen form for skade, herunder overoppheting, misfarging og slitasje på kabel	Passer til alle Apple-ladere - NØST passer i dag til 2 av 3 ladere, dekker ca 80% av markedet.
NØST er enkel å montere	

Produktet er unikt. Dette viser seg ved at det ikke har noen eksisterende konkurrenter på det nasjonale markedet, og kun 3 i det internasjonale. Konkurrentene er verken like enkle å bruke eller beskytter originalproduktet i samme grad som NØST. Vår største utfordring per i dag er likviditet. Støpeformkostnader gjør at vi har et sterkt kapitalbehov tidlig i prosessen, lenge før vi har mulighet til og starte salg av produkter. Vi har mindre hindringer innen kompetanse, spesielt med tanke på markedet og markedssegmentet. Dette løses med samarbeidspartnere med sterk kompetanse.

NØST består av to hoveddeler og et adapter for brukere med den minste laderen. Hele produktet er støpt og består av PC/ABS plast med blandingsforhold 50/50. Lokket er sirkulært med en radius på totalt 74,47mm. Lokket er hult med vegger på 2mm jevnt, utenom ved låsmekanismen. Låsmekanismen er en 4mm tykk tapp som følger lokket sirkulært innvendig. Dette låser huset fast i lokket og sørger for fri rotasjon. Huset har en sirkulær hovedform med diameter 143,23mm. I senter er en rektangulær hovedform med samme mål som originalproduktets. Hele huset har en tykkelse på 2mm. I senter av huset, samt i de fire hjørner av den rektangulære formen er det kuttet ut luftehull. Adapteret er rektangulært med avrundede hjørner, i samme mål som originalproduktet. Det er utskåret senter som gjør at adapteret passer i rommet mellom huset og laderen, veggene blir da 5,33mm tykke.

4.2. Patentering og rettighetsbeskyttelse

Produktet NØST er i dag beskyttet med en designbeskyttelse, uten mulighet for patentbeskyttelse. Varemerke, navn og logo er ennå ikke beskyttet men muligheten er tilgjengelig dersom selskapet opplever vekst.

5. Forretningsmodell

5.1. Tjenester:

NØST Studentbedrift tilbyr et bredt spekter av tjenester innen industriell design og produktutvikling til privat- og bedriftsmarkedet.

5.2. Produktsalg:

NØST Studentbedrift har lagt sitt hovedfokus på produktet NØST som er en anordning til Apples MacBook-lader, utviklet av NØST Studentbedrift. Dette er det første produktet til NØST Studentbedrift og skal generere verdi for selskapet i form av å hente inn kapital til videre drift og utvikling av nye produkter.

5.3. Avkastning:

Salg av tjenester og produkter skal generere kapital som vil dekke de investeringene som er gjort for å gjøre produktene mulig å produsere.

5.4. Funksjoner i bedriften

Hovedfunksjon: Bedriften må lykkes med salg av produkter ut til detaljister, og fungere som en god partner i møte med bedriftsmarkedet.

Støttefunksjon: Bedriften må hele tiden jobbe for å videreutvikle seg, komme med nye produkter og tilby et bredt spekter av tjenester innen industriell design og produktutvikling til privat- og bedriftsmarkedet.

5.5. Samarbeidspartnere

5.5.1. Samarbeidspartnere i utvikling:

Funksjonen til Pavels Innovation vil være å bistå NØST Studentbedrift på veien fra ide til marked. Bistå med støpeverktøy, design, innpakning, lagring, markedsføring, strekkode, det formelle, frakt, distribusjon og nettverk.

5.5.2. Samarbeidspartnere på marked:

Funksjonen til The Pitch vil være å bistå NØST Studentbedrift med det visuelle og grafiske i henhold til trykk, nettbasert innhold, profilering, markedsføring og veiledning.

Funksjonen til Leif vil være å bistå NØST Studentbedrift med den visuelle profilen utad med tanke på logo, visuell profil, innpakning, nettbasert og profilering.

5.5.3. Samarbeidspartnere i salg:

Expert, Elkjøp, Lefdal, Eplehuset, ClasOhlson, Julia, m.f. vil være detaljister for NØST Studentbedrift og funksjonen vil være utsalgsteder for NØST.

5.6. Beskrivelse av avtaler med samarbeidspartnere

Avtaler:

Pavels Innovation: Avtalen vil følge funksjon beskrevet i punktet over og det er utarbeidet en kontrakt på gjeldende samarbeid.

Expert: Har vært i samtaler med Expert og de sa seg villige til å kjøpe 200-400stk med forbehold om pris, utseende, følelse og inntrykk.

6. Målsettinger

NØST har både kortsiktige mål samt langsiktige. NØST Studentbedrifts mest tydelige kortsiktige mål er og få en pallplassering under europamesterskapet i studentbedrift. Dette vil åpne mange muligheter, spesielt innen nettverksbygging. Det foreligger også kortsiktige mål om gode resultater på eksamen og studierelaterte mål. Operasjonelle kortsiktige mål består hovedsakelig i en overgang til aksjeselskap. Denne overgangen er påbegynt, og nødvendig kapital for gjennomførelse er innhentet.

6.1. Kortsiktige mål

- Pallplassering under europamesterskapet 2016
- Samtlige gruppemedlemmer får karakter B eller bedre på eksamen 2016
- NØST Studentbedrift er gått over til NØST Design AS med all nødvendig dokumentasjon

NØST Studentbedrifts langsiktige mål er i stor grad knyttet til vekst og økonomi. NØST Studentbedrift ønsker en stabil, forsvarlig vekst. Vårt mest ambisiøse mål er at NØST Design AS innen 5 år skal omsette nok penger til å holde alle 4 medlemmene i fulltidsarbeid.

6.2. Langsiktige mål

- NØST Studentbedrift omsetter nok penger til å holde 1 fulltidsansatt innen 2 år
- NØST Design AS omsetter nok penger til å holde 4 fulltidsansatte innen 5 år
- NØST Design AS er gjeldfri, og har ROI før utgangen av 2017
- NØST Design AS er en anerkjent aktør i markedet med et tydelig kvalitetsstempel innen 3 år.

7. Markedsføring og salg

7.1. Segmentering – Markedsfokus

7.1.1. Primærmålgruppe

NØST Studentbedrifts demografiske målgruppe vil være kvinner og menn i alderen 12 til 62 år, med en privat eller bedriftsmessig interesse for design, mote eller Apple.

7.1.2. Kjøpsvaner i målgruppen

Målgruppen til NØST er personer som eier eller kommer til å eie en MacBook. Apple sin MacBook koster i utgangspunktet litt mer enn en gjennomsnittlig datamaskin og det er en Apple kunde villig til å betale for. Ut fra markeds undersøkelser ser vi at kunden automatisk assosiert vårt produkt med Apple og er derfor villige til å betale for NØST Studentbedrift sitt produkt, som innkapsler, organiserer og tar vare på MagSafe-laderen til Apple sin MacBook.

7.1.3. Samarbeidspartnere som letter tilgangen til markedet/målgruppen

Vi har nå inngått et samarbeid med Pavels Innovation i Skien. De har stor erfaring med å ta produkt til marked. De hjelper også NØST Studentbedrift med å bære de økonomiske utleggene for produksjon. Pavels Innovation har også store distributører fra Danmark, Tyskland, Kina og USA som NØST Studentbedrift kan benytte seg av.

7.2. Prisstrategi / prismodell

7.2.1. Prissetting av produktet/tjenesten

Vi har valgt å legges oss på en pris rundt 95kr til forhandler. Prisen er satt ut i fra, produksjonspris satt opp i mot antall produserte. Det er også lagt inn en nødvendig fortjeneste med tanke på videre drift.

7.2.2. Pris som en konkurransefaktor og viktighetsgrad

Prisen på NØST er lagt til under 100kr, så forhandleren kan selge den til 249-299,- med god margin. Grunnlaget til denne avgjørelsen ligger i at en Apple MacBook har minimalt med fortjeneste og en selger ser etter mersalgsprodukter for å øke bruttofortjeneste. Det er her NØST da øker inntjeningen til den gitte selgeren med rundt 100-150kr per solgte NØST.

7.3. Distribusjon

NØST Studentbedrift har sin hoveddistribusjon gjennom større, etablerte forhandlere i Norden. Med Expert og andre tilsvarende aktører som hovedpartnere i Norden vil det største salget av NØST skje fra selger i butikk ut til sluttbruker. NØST vil også distribuere sine produkter på internett, via de store distributørene som Amazon. Salget i Europa vil også gå gjennom etablerte forhandlerkjeder som Mediamarkt. Dette samarbeidet er ikke offisielt opprettet, men vår gode kontakt med Pavels Innovation gjør dette mulig. Denne modellen gjør at vi i stor grad slipper store kostnader knyttet til markedsføring. I fremtiden vil en markedskartlegging av hver region bli viktig for og treffe de riktige samarbeidspartnerne innen distribusjon.

7.4. Salgs- og markedsføringsaktiviteter

NØST har planer om å basere sin markedsføring på et godt samarbeid med distribusjonspartnere. Vi vil også opprette en informativ nettside, som på en god måte fremstiller NØST både som produkt og selskap. Ved lansering av produktet i butikk har også NØST store lanseringsplaner. Her har vi anskaffet et kontaktnettverk som gjør det mulig og masse eksponere produktet for mange samfunnslag. Både Facebook-annonser, nettbaserte medier og tradisjonelle medier vil bli kontaktet. NØST har også kontakter inn mot det norske bloggermiljøet og vil arbeide for å få stor eksponering også her. Dette er for og gjøre produktet så aktuelt som mulig direkte i forkant av lansering. På denne måten får vi utnyttet de sosiale prosesser som følger med at en stor mengde får informasjonen på samme tid. Dette vil etter vår mening skape økt nysgjerrighet og ordet vil derfor spres raskere i vennegjenger, kollegium og på nettbaserte forum.

8. Organisasjon og kompetansebehov

8.1. Selskapsform og styre

Bedriften er pr. nå en studentbedrift, men gjøres om til aksjeselskap så raskt som praktisk mulig. Aksjekapital på 121.500 kr er hentet inn fra bedriftens deltakere, og det arbeides pr. nå med å finne kandidater til selskapets styre.

Salgsbudsjett										
	okt.15	nov.15	des.15	jan.16	feb.16	mar.16	apr.16	mai.16	jun.16	1.halvår
Salg forhandler	0	0	0	0	0	0	1000	2000	2000	5000
Salg andre	0	0	0	0	0	0	200	400	600	1200
Sum salg(enheter)	0	0	0	0	0	0	1200	2400	2600	6200
Salg i kr - forhandler	kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	95 000,00	kr 190 000,00	kr 190 000,00	kr 475 000,00
Salg i kr - andre	kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	59 800,00	kr 119 600,00	kr 179 400,00	kr 358 800,00
Sum salg(kr)	kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	154 800,00	kr 309 600,00	kr 369 400,00	kr 833 800,00

Innbetalinger fra salget										
	okt.15	nov.15	des.15	jan.16	feb.16	mar.16	apr.16	mai.16	jun.16	Til gode
Fra forhandler(60d)	kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	95 000,00	kr 380 000,00
Fra andre kunder	kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	59 800,00	kr 119 600,00	kr 179 400,00	kr -
Sum	kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	59 800,00	kr 119 600,00	kr 274 400,00	kr 380 000,00

Resultatbudsjett											
	okt.15	nov.15	des.15	jan.16	feb.16	mar.16	apr.16	mai.16	jun.16	For Perioden	
Salgsinntekter	kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	154 800,00	kr 309 600,00	kr 369 400,00	kr 833 800,00
Vareforbruk - 26,88	kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	32 250,41	kr 64 500,82	kr 69 875,88	kr 166 627,11
Dekningsbr./ bruttofor.	kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	122 549,59	kr 245 099,18	kr 299 524,12	kr 667 172,89
Lønnskostnader	kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	kr -
Salgs- og adm. Kostn.	kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	kr -
Avskrivning immatrielle eiendeler				kr 1 250,00	kr 1 250,00	kr 1 250,00	kr 1 250,00	kr 1 250,00	kr 1 250,00	kr 1 250,00	kr 7 500,00
Avskrivning verktøy	kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	8 712,50	kr 8 712,50	kr 8 712,50	kr 26 137,50
Driftsresultat	kr	- kr	- kr	- kr	-kr 1 250,00	-kr 1 250,00	-kr 1 250,00	kr 112 587,09	kr 235 136,68	kr 289 561,62	kr 637 285,39
Rentekostn. Lang. Lån	kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	kr -
Resultat (drift-rente)	kr	- kr	- kr	- kr	-kr 1 250,00	-kr 1 250,00	-kr 1 250,00	kr 112 587,09	kr 235 136,68	kr 289 561,62	kr 633 535,39

Likviditetsbudsjett												
	okt.15	nov.15	des.15	jan.16	feb.16	mar.16	apr.16	mai.16	jun.16			
1 Innbetalinger fra drift												
Salgsinnbetalinger(får penger av detaljist/grosist)	kr	-	kr	-	kr	-	kr	-	kr	59 800,00	kr 119 600,00	kr 274 400,00
2 Utbetalinger til drift												
Kjøp av varer	kr	-	kr	-	kr	-	kr	-	kr	-	kr	268 753,40
Lønn - opplæring	kr	-	kr	-	kr	-	kr	-	kr	-	kr	-
Lønn	kr	-	kr	-	kr	-	kr	-	kr	-	kr	-
S/A utgifter	kr	-	kr	-	kr	-	kr	-	kr	-	kr	-
Diverse oppstartsutgifter	kr	5 000,00	kr	-	kr	-	kr	-	kr	-	kr	-
Sum utbetalinger til drift	kr	5 000,00	kr	-	kr	-	kr	-	kr	-	kr	268 753,40
3 Likviditetsresultat av drift	-kr	5 000,00	kr	-	kr	-	kr	-	kr	59 800,00	kr 119 600,00	kr 5 646,60
4 Finansielle innbetalinger												
Lån	kr	-	kr	-	kr	-	kr	-	kr	-	kr	-
Egenkapital	kr	-	kr	-	kr	46 800,00	kr	-	kr	-	kr	-
Sum finansielle innbetalinger	kr	-	kr	-	kr	46 800,00	kr	-	kr	-	kr	-
5 Finansielle utbetalinger												
Investeringer	kr	-	kr	-	kr	-	kr	-	kr	-	kr	-
Avdrag på lån	kr	-	kr	-	kr	52 275,00	kr	-	kr	52 275,00	kr	-
Sum finansielle utbetalinger	kr	-	kr	-	kr	52 275,00	kr	-	kr	52 275,00	kr	-
6 Likviditetsresultat fra finansielle transaksjoner (4-5)	kr	-	kr	-	kr	5 475,00	kr	-	kr	52 275,00	kr	-
7 Innbetalingsoverskudd (underskudd) (3 + 6)	-kr	5 000,00	kr	-	kr	5 475,00	kr	-	kr	7 525,00	kr 119 600,00	kr 5 646,60
IB Kontanter	kr	5 000,00	kr	-	kr	10 200,00	kr	4 725,00	kr	4 725,00	kr	131 850,00
UB Kontanter	kr	-	kr	-	kr	10 200,00	kr	4 725,00	kr	4 725,00	kr	137 496,60
Ønsket likviditetsreserve	kr	-	kr	-	kr	-	kr	-	kr	-	kr	-
Kassekreditens limit må være:	kr	-	kr	-	kr	-	kr	-	kr	-	kr	-

Kapitalbehov							
	Før oppstart	1 produksjon	2 produksjon	3 produksjon	4 produksjon	5 produksjon	
Inngående Balanse		kr -	kr 296 554,02	kr 723 795,54	kr 1 151 037,06	kr 1 578 278,57	
Kostnader							
Produksjon		kr 134 376,70	kr 134 376,70	kr 134 376,70	kr 134 376,70	kr 134 376,70	
Støpeformer inkl papp		kr 104 550,00	kr -	kr -	kr -	kr -	
Frakt		kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	
kostnader eskl moms		kr 238 926,70	kr 134 376,70	kr 134 376,70	kr 134 376,70	kr 134 376,70	
Sum kostnader	0	kr 298 658,37	kr 167 970,87	kr 167 970,87	kr 167 970,87	kr 167 970,87	
Kapitalbehov	0	kr -298 658,37	kr 128 583,15	kr 555 824,66	kr 983 066,18	kr 1 410 307,70	
Inntekter	0	kr 595 212,39	kr 595 212,39	kr 595 212,39	kr 595 212,39	kr 595 212,39	
Utgående balanse	0	kr 296 554,02	kr 723 795,54	kr 1 151 037,06	kr 1 578 278,57	kr 2 005 520,09	

9.1.1. Investeringsbudsjett

Nåværende investeringer:

Prototyper, utviklingsmidler, markedsmateriell, stand artikler, Støpverktøy

Kommende investeringer:

Pappverktøy, emballasje, strekkoder, produkt optimalisering, markedsføring, markedsmateriell,

Balanse					
Tenkt balanse 30.06.16					
Elendeler	31.12.15	30.06.16	EK og Gjeld	31.12.15	30.06.16
Anleggsmidler			Egenkapital		
Støpe og pappverktøy	kr -	kr 78 412,50	Innskutt EK	kr 7 000,00	kr 40 000,00
			Offentlig tilskudd	kr 18 200,00	kr 32 000,00
			Foreløpig resultat	kr -	kr 633 535,39
Omløpssmidler			Sum EK	kr -	kr 705 535,39
Likvide midler	kr 10 200,00	kr 137 496,60			
Kundefordringer	kr -	kr 380 000,00			
Varelager			Gjeld		
Antall Nøst	kr -	kr 102 126,29	Langsiktig gjeld		
Papp	kr -	kr -	Investor	kr -	kr -
Immaterielle eiendeler			Kortsiktig gjeld		
Varemerke	kr -	kr -	Kassekreditt	kr -	kr -
Design beskyttelse	kr 5 000,00	kr 2 500,00	Sum Gjeld	kr -	kr -
Prototyper	kr 10 000,00	kr 5 000,00			
Total	kr 25 200,00	kr 705 535,39	Total	kr 25 200,00	kr 705 535,39

9.1.2. Likviditetsbudsjett

Likviditetsbudsjett											
	okt.15	nov.15	des.15	jan.16	feb.16	mar.16	apr.16	mai.16	jun.16		
1 Innbetalinger fra drift											
Salgsinnbetalinger(får penger av detaljist/grosist)	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr 59 800,00	kr 119 600,00	kr 274 400,00		
2 Utbetalinger til drift											
Kjøp av varer	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr 268 753,40		
Lønn - opplæring	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -		
Lønn	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -		
S/A utgifter	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -		
Diverse oppstartsutgifter	kr 5 000,00	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -		
Sum utbetalinger til drift	kr 5 000,00	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr 268 753,40		
3 Likviditetsresultat av drift	-kr 5 000,00	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr 59 800,00	kr 119 600,00	kr 5 646,60		
4 Finansielle innbetalinger											
Lån	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -		
Egenkapital	kr -	kr -	kr -	kr -	kr 46 800,00	kr -	kr -	kr -	kr -		
Sum finansielle innbetalinger	kr -	kr -	kr -	kr -	kr 46 800,00	kr -	kr -	kr -	kr -		
5 Finansielle utbetalinger											
Investeringer	kr -	kr -	kr -	kr -	kr 52 275,00	kr -	kr -	kr 52 275,00	kr -		
Avdrag på lån	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -		
Sum finansielle utbetalinger	kr -	kr -	kr -	kr -	kr 52 275,00	kr -	kr -	kr 52 275,00	kr -		
6 Likviditetsresultat fra finansielle transaksjoner (4-5)	-kr -	kr -	kr -	kr -	-kr 5 475,00	kr -	-kr -	-kr 52 275,00	kr -		
7 Innbetalingsoverskudd (underskudd) (3 + 6)	-kr 5 000,00	kr -	kr -	kr -	-kr 5 475,00	kr -	kr -	kr 7 525,00	kr 119 600,00	kr 5 646,60	
IB Kontanter	kr 5 000,00	kr -	kr -	kr 10 200,00	kr 4 725,00	kr 4 725,00	kr 4 725,00	kr 12 250,00	kr 131 850,00		
UB Kontanter	kr -	kr -	kr -	kr 10 200,00	kr 4 725,00	kr 4 725,00	kr 12 250,00	kr 131 850,00	kr 137 496,60		
Ønsket likviditetsreserve	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -		
Kassekreditens limit må være:	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -		

9.2. Kapitalbehov og finansiering

9.2.1. Egeninnsats

Prosjektet står og hviler på at Initiativtakerne jobber uten lønn, og generer kapital i form av arbeidstimer.

9.2.2. Egne penger

Initiativtakerne har sammen gått inn med personlige lån til bedriften, dette for å starte prosessen og gjøre det mulig å søke om midler (egenkapital). "Propellen" har vært en stor bidragsyter til å kunne produsere produksjonslike prototyper og generere til samarbeid med samarbeidspartner og salg. Førsteplass i Studentmesterskapet på ÅS har bidratt til likvide midler som har gått til markedsmateriell.

10. Risikoanalyse

NØST selges med varierende avanse ut fra bestillingsvolum hos kunden. Avansen dekker likevel en viss variasjon i salget. Det vil si at det er tatt høyde for at vi må selge et antall under ønsket pris. Utgiftene dekkes per i dag utelukkende av egenkapital, det vil si at muligheten for investorkapital og offentlige tilskudd fortsatt står åpen. Dersom inntektene blir lavere enn forventet, har vi en samarbeidspartner som er villig til å bære kostnaden inntil inntektene kan betjene utlegget. Høyere utgifter vil takles av avansen NØST Studentbedrift tar per produkt. Eierne av NØST Studentbedrift er ikke avhengig av inntekter fra bedriften og kan derfor leve på et null-utbytte i en viss periode. Sannsynligheten for at en eller begge av faktorene ovenfor inntreffer ligger eksternt i markedet og er ikke noe NØST Studentbedrift kan påvirke. Derfor har vi ingen sannsynlighetsreducerende tiltak.

10.1. Kritiske faktorer

Samarbeidet NØST Studentbedrift har med eksterne aktører er den mest kritiske faktoren i startfasen, og vil fortsette og være det i lang tid. Disse samarbeidene gjør at vi er i stand til å takle større økonomisk variasjon, samt opprettholde nødvendig fleksibilitet og hurtighet. Dersom et eller flere av disse samarbeidene opphører i nær fremtid vil det være katastrofalt for NØST Studentbedrift.

Pavels Innovation:

Samarbeidet med Pavels Innovation sørger for at NØST Studentbedrift blir fleksibel i markedet samt robust i startfasen. Dersom dette samarbeidet skulle opphøre ser vi for oss følgende.

- **Sannsynlighet**

NØST Studentbedrift ser det svært lite sannsynlig at dette samarbeidet vil opphøre i nærmeste fremtid. Pavels Innovation er et relativt lite selskap som selv er ute etter gode markedsmuligheter, for og bygge sitt eget gode rennommé. Samtidig utarbeides avtalen slik at Pavels Innovation også har en stor sum kapital i prosjektet. Dette vil etter vår mening øke lojaliteten ovenfor prosjektet.

- **Konsekvens**

Konsekvensen av et samarbeidsbrudd med Pavels Innovation vil være kritisk for NØST Studentbedrift. Uten videre samarbeid vil NØST Studentbedrift miste mange av kontaktene ute i markedet når det kommer til distribusjon av produktet, hovedsakelig ut mot Europa. Dette vil NØST Studentbedrift motvirke ved og ta en aktiv rolle i forhandlingene med disse kontaktene. Slik vil NØST Studentbedrift skaffe seg et forhold med noen av disse kontaktene, som resulterer i mindre fallhøyde ved frafall i samarbeidet.

Expert:

Samarbeidet med Expert Norge er NØST Studentbedrifts hovedavtale innen distribusjon i Norden. Det vil si at mye av økonomien beror på at denne avtalen går mer eller mindre som planlagt.

- **Sannsynlighet**

NØST Studentbedrift anser det som middels sannsynlig at Expert helt eller delvis vil endre avtaleforslaget som i dag foreligger. Dette fordi Expert er den dominerende part i avtalen. En avtaleendring vil kunne håndteres i stor grad internt i NØST Studentbedrift. Et brudd i avtalen eller avskaffelse vil fremtvinge en omstilling. NØST Studentbedrift vil minske denne faktoren ved og være transparente i vårt arbeid ovenfor våre samarbeidspartnere. Dette mener vi gir tillit til våre intensjoner og avtalevilkår. Vi vil vise at vi gir så gode avtaler vi økonomisk forsvarlig har mulighet til.

- **Konsekvens**

Konsekvensen ved total avtalesvikt vil være høy økonomisk tidlig i fasen, men på sikt vil det hovedsakelig komme i form av arbeidsbelastning. Et avtalebrudd vil føre til at NØST Studentbedrift i mye større grad må selge og markedsføre produktet selv. Ettersom dette er NØST Studentbedrifts eneste avtale på dette tidspunktet er avtalen svært kritisk. For å motvirke dette har NØST Studentbedrift planer om å inngå lignende avtaler med flere andre distributører nasjonalt, dette for og avlaste hver enkelt avtales viktighet. Distributører som Elkjøp, Lefdal og Clas Ohlson blir viktige aktører her.

Nxtech:

Mentoravtalen med Terje Wahlstrøm er en viktig kompetanseavtale for NØST Studentbedrift. Avtalen innebærer kompetanseoverføring og tips til videre fremgang.

- **Sannsynlighet**

NØST Studentbedrift anser det som lite sannsynlig at det forekommer brudd i denne avtalen. Avtalen er godt ivarettatt over en lengre periode og medfører en svært liten arbeidsbelastning på begge parter. Avtalen involverer likevel få engasjerende midler ovenfor Terje. NØST Studentbedrift ser derfor at dersom det interne arbeidspresset hos Nxtech AS øker drastisk vil Terje prioritere dette og derfor ønske en avtaleendring. NØST Studentbedrift jobber i dag med og skaffe flere svært kompetente personer inn i det fremtidige aksjeselskapets styre, noe som vil sikre fremtidig kompetanseoverføring.

- **Konsekvens**

Et eventuelt avtalebrudd eller vesentlig endring vil ha lav konsekvens for NØST Studentbedrift: det vil medføre merarbeid i noen grad, men ikke vesentlig. NØST Studentbedrift har derfor ingen planlagte mottiltak på dette området.

Kvalitet

Det siste kritiske punktet for NØST Studentbedrift vil være produktkvalitet. NØST Studentbedrift utvikler og distribuerer et produkt som er avhengig av estetikk og god kvalitet. Dersom dette ikke nås vil det være svært kritisk for NØST Studentbedrift da produktet NØST er vårt eneste produkt foreløpig.

- Sannsynlighet

NØST Studentbedrift ser det som middels sannsynlig at kvaliteten helt, eller delvis ikke samsvarer med forventningsnivået, og at det vil medføre vesentlig kostnad og gjøre de nødvendige endringer. Produksjonen skjer i Kina, noe som gjør kommunikasjonslinjene uklare og lange. Dette kan føre til misforståelser eller annet støy i det budskapet som sendes. NØST Studentbedrift har, gjennom sine samarbeidspartnere, en dedikert norsk kontrollør av verktøyene i den aktuelle regionen. Dette vil fungere som en førsteleds feilsikring. Videre vil det gå tydelig frem i vår avtale at nødvendige justeringer for og oppnå ønsket kvalitet er inkludert i den pris som blir avtalt.

- Konsekvens

Konsekvensen av at produktet fremstilles i en feilaktig kvalitet vil være kritisk. Store deler av grunnlaget for salg ligger i kvaliteten ved produktet. Dette fører til mindre salg, som igjen vil ha en drastisk økonomisk innvirkning på bedriften. Det er per i dag ikke satt av ekstra midler for og løse et eventuelt kvalitetsavvik. NØST Studentbedrift ser fortsatt muligheten for å innhente investorkapital til dette formålet.

11. Fremdriftsplan

NØST Studentbedrifts fremdriftsplan er beskrevet i detalj i bedriftens planverk. Daglig leder sitter på det overordnede ansvaret for fremdrift. Likevel har han flere delegeringsmuligheter ut i de forskjellige fagområder. Designteamets primære ansvar ligger i utvikling av nye produkter, og produksjon av produksjonstegninger. Markedsteamet vil ha sitt ansvar for å markedsføre NØST Studentbedrift og skaffe bedriften lojale og gode kunder. Hensikten med planverket i NØST Studentbedrift er å skape gode, målbare data på fremgang. Samtidig som vi sikrer en hensiktsmessig vekst.

Helt nederst ligger også et flytdiagram og nettverksoversikt som viser hvor vi er og hvor vi skal i prosessen, som vi bruker aktivt som veikart.

Aktivitetsansvarskart

Bedrift:

Medlemmer:

Versjon:

NØST Student

Mikael(M), Tony(T), Henrik(H) og Jon Erik(J) / Alle(A)

v.3

Nr:	Aktivitet	Ansvar /Deltaker	Start (Uke)	Ferdig (Uke)	Faktisk start (Uke)	Faktisk varighet (Uke)	Fullført i %	Kommentarer
1	Send 3D tegninger ås	HM	1	2		1	100 %	
2	Lage forslag til design på emballasje	HM	1	4			100 %	
3	Bestemme design til rollup	A	1	1		1	100 %	asap
4	Gjennomse mulighet for søknader	J	2	5	5		20 %	Avbrutt
5	Søke på det som kan søkes på (the G Way)	J	4	8	8		20 %	Avbrutt - inno.norge skrevet
6	Bestemme mantra	T	1	2	2	4	100 %	
7	Send rolup til Leif - få riktig versjon	J	2	5			100 %	Før Kjøpesenter
8	Tegene nytt konsept (U-topp og bunn)	HM	2	4		1	100 %	
9	Møte med mentor	J	5	5		1	100 %	5. februar kl. 09:00
10	Produsere rollup	T	5	6		1	100 %	
11	Ha møte med biobe ang B-serie / samarbeid	JM	1	2		1	100 %	
12	Møte med Karl, ang proto	HM	2	3		1	100 %	Sende mail/møte Karl
13	Bestemme produksjonsmåte for proto	J	3	3		5	100 %	
14	Send bestilling på protoer	HM	3	4	4	6	100 %	
15	Motta og teste prototyper	J	7	12	10	1	100 %	
16	Møte med mentor	J	9	10			100 %	utsatt til fredag uke 11(18.03)
17	Spikre møte med expert	J	9	10			100 %	
18	Ha pitch og fremføring klart til expert møte	T	9	12			100 %	
19	Møte med expert - (intensjonsavtale)	A	12	13			90 %	ingen intensjonsavtale
20	Konferere med NITO-advokat om HiØs rettigheter til produktet	S	13	13			90 %	Sigvart ringer NITO.
20	Markedsplan	A	3	12			100 %	
21	Markedsføre produkt	T	25	32			0 %	
22	Møte med mentor	A	14	15			100 %	Fredag uke 13 (01.04) kl. 09:00
23	Finansiere Produkt	T	10	20			100 %	
24	Send bestilling - Starte produksjon	J	20	24			50 %	
25	Skrive forretningsplan	J	4	17			100 %	må være ferdig før Østfold M.
26	Forberede oss til Østfoldmesterskapet	J	17	19			100 %	
27	Vinne Østfoldmesterskapet	A	19	20			100 %	
28	Møte med mentor	A	19	20			0 %	
29	Starte salg av NØST	T	32	52			0 %	
30	Forberede oss til NM	J	21	23			20 %	

Milepælsplan

Bedrift: Nøst Student
Medlemmer: Mikael(M), Tony(T), Henrik(H) og Jon Erik(J)
Versjon: v.3 (06.01.12)

Dato	Milepæl	Gjennomført	Faktisk gjennomført
29.02.16	Motta Prototyper	100 %	11.03.16
28.03.16	Innhente intensjonsavtale/ el. Kapital, Investor	100 %	07.04.16
27.04.16	Forretningsplan ferdig	100 %	29.04.16
15.02.16	Visuell profil ferdig (PR-materiell innhentet)	100 %	17.02.16
18.05.16	VINNE Østfoldmesterskapet (uke 19-20)	100 %	18.05.16
09.06.16	VINNE NM (8-9. juni)	10 %	
08.08.16	Overgang til AS	100 %	19.05.16
18.05.16	Produksjonsstart	50 %	11.04.16
08.08.16	Salgsstart	0 %	
01.01.17	Første serie produsert for egne penger	0 %	
14.01.17	Første inntjening	0 %	

