

## **TEKX04-22-18**

# **Affärsplan för FixaPosture AB**

### **Problem**

FixaPosture AB hjälper företag med preventiva och kurativa metoder och verktyg för anställdas nack-/rygg problem i vardagen. I deras undersökning har de funnit följande:

- 75% av Sveriges befolkning får problem med nacken minst någon gång i livet
- 48 % av svenska befolkningen har mycket ont i nacken någon gång/år
- 215 000 Svenskar i arbetslivet har haft så påtagliga besvär i nacken att det försämrat arbetsförmågan (gång/år)
- 80-90% av alla 15-65 åringar har framskjutet huvud
- Stor ökning av nackproblem hos barn och ungdomar

För detta har företaget tagit fram en innovation, Fixaspine, ett träningsredskap som återskapar muskelminnet och stärker hållningsmuskulaturen vid regelbunden träning. Beslutsproblemen som företaget möter nu är på vilket sätt de ska lägga upp sin affärsplan.

### **Syfte**

Det övergripande syftet med studien är att ta fram en potentiell affärsplan för FixaPosture. Mer precist vill FixaPosture ha svar på huruvida de ska bjuda ut sin innovation som en tjänst eller en mer renodlad produkt. Vidare är även segment dit de bör rikta sin produkt/tjänst till i första hand av intresse, där vi ska ge vår syn på val och vad detta val innebär för företaget i form av prissättning, road to market osv. Det är således detta som är syftet med detta kandidatarbeten, att ta fram svar på dessa frågor och vad vi tror olika val kommer att leda till för företaget.

### **Metod**

Metoden för denna studie är att med hjälp av relevant litteratur, studier och i samarbete med FixaPosture AB ta fram en lämplig affärsplan, som är i tiden och helst ger dem en konkurrenskraftig position på marknaden. Planen är att ytterligare använda de olika metoder som vi hittills lärt oss tillsammans med metoder som vi tycker är lämpliga för att ta det mest optimala beslut kring hur FixaPosture bör formatera sin affärsplan.

### **Förvalda**

#### **Deltagare**

Anton Harrie

Jakob Hedvall

To Le