

Världens
torraste
affärsidé.

arid*
DRÄNERAR UTAN ATT GRÄVA™

* **arid:** Avsaknad av fukt; extremt torrt. Motsatsen till fuktig; **humid.**

Bakgrund

Arid AB (tidigare Drain Power AB) marknadsför och installerar ett system för att dränera fastigheter utan att gräva. Dräneringen sker inifrån med en teknik som kallas *aktiv elektroosmos* som i sin tur baseras på det kemisk-fysiska fenomenet elektroosmos, som är känt sedan början av 1800-talet.

Tekniken, *aktiv elektroosmos*, är utvecklad av en uppfinnare i Göteborg, tillsammans med bl a flera tyska forskningsinstitut. Tillverkningen sker av en legotillverkare i Tyskland (underleverantör till Fujitsu Siemens). Tekniken och systemets funktion är verifierad av bland andra Byggforsk i Norge, Chalmers Tekniska Högskola och Danmarks Tekniska Universitet.

Sedan lanseringen av tekniken 2012 har snart 600 system installerats, varav ca 400 i Sverige och ca 200 i Norge. Av dessa har Arid AB sålt och installerat drygt 200. Resterande volym är såld av Wasa Tekniks återförsäljare och agenter.

Marknadspotentialen för systemet beräknas, enbart i Sverige är ca 33 % av alla fastigheter har fuktproblem, uppgå till över 100 miljarder kronor. Till detta kommer alla andra marknader med en byggttradition liknande vår, där källare byggts av poröst, kapillärsugande material som betong, lera eller tegel.

I syfte att påskynda kommersialiseringen av denna unika svenska innovation avser Arid AB och uppfinnaren inleda ett närmare samarbete, där Arid AB övertar samtliga kommersiella rättigheter till tekniken medan uppfinnaren koncentrerar sig på vidareutveckling mot erhållande av royalty per försåld enhet. I samband med detta påtar sig Arid AB att under 2015 etablera väl fungerande organisationer för marknadsföring, försäljning och installation, för att fr o m 2016 etablera motsvarande organisationer i övriga Norden. På sikt är målet att systemet ska marknadsföras på samtliga marknader där det är ett konkurrenskraftigt alternativ till traditionell utvändig dränering.

Arid AB omsatte drygt 6,4 Mkr under 2014 med ett positivt resultat på knappt 0,4 Mkr. För 2015 prognostiseras en försäljning på mellan 13 och 27 Mkr, beroende på när avtalet med uppfinnaren tecknas och när kapitaltillskott erhålls. Idealet är ett kapitaltillskott på 5 Mkr, som primärt ska investeras i marknadsföring och säljkår.

Företaget ägs av Björn Sundvall (VD) till 80 % och Martin Graap (Marknadschef) till 20 % (inkl optioner).

I det följande presenteras Arid ABs affärsplan för de kommande tre åren, då verksamheten fokuseras på Norden.

Affärsidé

Dränera utan att gräva - Arid löser privata och kommersiella fastighetsägares fuktproblem utan att störa eller förstöra.

Vision

Arids vision är att bli den ledande systemleverantören för torrläggning av källare och grund. Visionen ska nås med hjälp av modern teknik, minimal miljöpåverkan och maximal kostnadseffektivitet.

Mål

Att bli världsledande inom alternativa metoder för dränering av fastigheter - dränering utan att gräva.

Att bli ett miljardföretag inom 10 år.

Att bli en ny svensk succéhistoria som samtliga avnämare; anställda, ägare, leverantörer, kunder, samarbetspartners etc, kan känna stolthet för.

Produkt

Som nämnts inledningsvis baseras produkten/tekniken på elektroosmos, en naturvetenskapligt fenomen som är känt sedan början av 1800-talet och som beskriver hur vätskor beter sig i porösa (kapillärsugande) material som utsetts för olika sorters elektrisk spänning. Effekten varierar beroende på ett antal olika faktorer, bl a den relativa fuktigheten i materialet och dess omgivning, materialets beskaffenhet (det finns t ex över 600 olika sorters cement bara i Sverige), styrkan och frekvensen i den ström som används). Hänsyn måste även tas till att installationsförfarande, driftsäkerhet och driftkostnad.

Uppfinnaren har utvecklat en teknik som kallas *aktiv elektroosmos*, där ordet *aktiv* anger att systemet i största möjliga mån försöker ta hänsyn till dessa olika faktorer och bilda ett självreglerande system. Systemet består idag av en sk kontrollbox (jongenerator) och en elektrodslina som kan variera mellan 39 och 1000 meter.

Rättigheter

Arid ska överta samtliga kommersiella rättigheter till tekniken/systemet från uppfinnaren och ska för detta dels garantera en årlig volym på 1 000 köpta kontrollboxar fr o m 2016 och dels erlægga en royalty per försold kontrollbox enligt följande:

Antal system per år	Royalty/system
- 500	3 000
500 - 1000	2 000
1000 -	1 500

Rättigheterna gäller för samtliga geografiska marknader. Undantag görs för Norge under 2016 för uppfinnarens nuvarande försäljningsorganisation, som därefter ska underställas Arid.

Arid kommer också att ta över uppfinnarens svenska återförsäljare (Abreen) efter 2015. Under mellantiden kommer Abreen köpa produkten direkt från uppfinnaren enligt befintligt avtal men där täckningsbidraget tillfaller Arid.

Varumärken

Produkterna ska föras med och marknadsföras under Arids varumärke. Möjlighet ska dock finnas att, efter Arids godkännande, förse agenter och återförsäljare med "Private brands".

Produkten ska positioneras som det enda moderna alternativet till traditionella (gammaldags) metoder för dränering - "fungerande" både i tekniskt, ekonomiskt och miljömässigt avseende.

En separat varumärkes/kommunikationsplattform ska tas fram som stödjer detta arbete.

Tillverkning och inköp

Arid köper tills vidare produkten från uppfinnarens bolag som låter tillverka denna hos legotillverkare i Tyskland (underleverantör till Fujitsu Siemens). Under 2014 var Arids inköpspris 22.000 kr per enhet vilket inkluderar 10 års fabriksgaranti. Från och med avtalet gäller följande, indikativa, priser:

Antal/år	Pris system privatmarknad (€) Arid Active	Pris system proffsmarknad (€) Arid Active Pro
- 500	1 500	2 000
501 - 1 000	1 350	1 800
1 000 -	1 200	1 600

Observera att priserna inkluderar 10 års fabriksgaranti från uppfinnarens bolag. Priserna är fritt uppfinnarens lager i Göteborg.

Arid och uppfinnaren ska gemensamt söka sänka tillverkningskostnaden, främst genom större försäljningsvolym och därmed större tillverkningsserier. I samband med detta kan det bli aktuellt att flytta tillverkningen till annan legotillverkare och/eller annat tillverkningsland. Uppfinnaren bedömer att det krävs serier över 10 000 för att komma ner i ett inköpspris under 10.000 kronor.

Sortiment

För närvarande marknadsförs kontrollboxen i två versioner; en för villaägare, utan aktiv elektroosmos, och en för BRF och fastighetsbolag, med aktiv elektroosmos. Någon distinkt åtskillnad finns inte mellan dessa enheter (bortsett från pris och effekt). För att underlätta prisdifferentiering och marknadsföring ska Arid göra produkterna visuellt oåtskiljbara samt förse dem med skilda benämningar.

Arid Active Start™

Eventuell instegsprodukt för villor med begränsade fuktproblem, Fast pris inklusive slinga på 15 meter och installation. Finns ej till salu idag.

Arid Active™

Paket för normala enfamiljsfastigheter där fuktproblem finns i hela källaren eller mindre BRF med begränsade problem. Fast pris för kontrollbox inklusive 39 meter slinga och installation.

Arid Active Plus™

I princip samma system som Pro (nedan) men positionerad mot privatmarknad. Fast pris för kontrollbox inklusive 39 meter slinga. Säljs ej idag.

Arid Active Pro™

Paket för större fastigheter med normala eller stora fuktproblem. Fast pris för kontrollbox plus meterpris för slinga (upp till 1 000 meter), samt installation enligt offert.

Arid Fixlån™

Arid kan, genom samarbete med Ikano Finans, erbjuda finansiering av såväl system som installation där, beroende på totalbeloppet, kostnaden kan fördelas på mellan 78 och 133 månader. Detta ger en månadskostnad på ca 1 100 kronor. Tack vare att konkurrensen från traditionell dränering är så fragmenterad, utan rikstäckande organisationer och utan möjlighet att erbjuda motsvarande finansiering, är detta en väsentlig konkurrensfördel.

Arid Active Update™

"Trygghetspaket" som innehåller regelbuden tillsyn via Internet ("molnet"). Säljs som årsabonnemang med automatisk förlängning. Fakturering per månad. Finns ej till salu idag.

Utöver dessa produktpaket ska Arid tillhandahålla ett utbud av kompletterande produkter och tjänster, antingen i egen regi eller genom samarbetspartners:

- Avancerad fuktanalys
- Lukteliminering (ozonbehandling)
- Projektering/åtgärdsförslag
- Förarbeten (rivning, bilning, spricktätning, m m)
- Efterarbete (finputsning, m m.)
- Teknikputs
- (Radonspärr)



Prissättningen på dessa produkter och tjänster kommer baseras på nedlagd tid, kompetensinnehåll, konkurrens samt kostnad för inköpt material.

Produktutveckling

Ansvar för det fortsatta utvecklingsarbetet ligger på uppfinnaren och genom att han dels är delägare i Arid och dels har en royalty per försåld enhet ska han (och hans nätverk) stimuleras till förbättringar. I avtal mellan Arid och uppfinnaren regleras att alla förbättringar och vidareutvecklingar för samma huvudsakliga användningsområde automatiskt ska ingå i Arids kommersiella rättigheter.

Avtalet stipulerar även att Arid har rätt att själv eller med en annan part vidareutveckla produkten/tekniken i det fall uppfinnaren inte längre vill eller kan uppfylla sitt ansvar och att Arid då ska erhålla fullständig dokumentation över produktens konstruktion.

Några av de utvecklingsspår som redan diskuteras är:

Instegsprodukt. Relativt låg uteffekt och 15 meter slinga., Avsedd för privatkunder som har (eller uppfattar sig ha) ett avgränsat fuktproblem.

Design av kontrollbox så att de olika modellerna enkelt kan skiljas åt. För professionella kunder som oftast har särskilda rum (elrum) där kontrollboxen placeras ställs inga särskilda estetiska krav. Detta kan dock bli aktuellt för privatmarknad där boxen av olika skäl måste placeras i rum som ska användas som boyta.

Integrerad batteri-back up. Kortare avbrott spelar ingen större roll för resultatet men i miljöer med stora fuktproblem och/eller som inte övervakas regelbundet bör det finnas behov av en nödförsörjning av el.

Fjärruppdatering. Idag ligger systemets styrprogram i PROM i kontrollboxen. För att förenkla uppdatering och försvåra piratkopiering flyttas styrprogrammet till central server som uppdaterar över Internet/molnet. Detta förutsätter att varje box förses med egen IP-adress och teknik för uppkoppling via wifi och/eller mobiltelefon.

Fjärrkontroll. Så fort ovanstående teknik är installerad öppnas en mängd nya möjligheter (intäktskällor). Kunder med många installationspunkter kan till exempel ha en "kontrollpanel" varifrån samtliga enheter kan övervakas och uppdateras.

Prissättning

Att dränera med hjälp av traditionell teknik kostar ca 3.000 kronor per löpmeter. En enkel dränering och fuktsäkring av husgrund med t ex Isodrän hamnar på mellan 80.000 och 130.000 kronor efter ROT-avdrag. Detta förutsätter ett hus av medelstorlek (125-150 kvm), utan hinder i form av träd, berg eller vidbyggt garage eller terrass/uteplats, olika marknivåer eller nergrävda oljetankar, samt med öppen terräng för att lagra schaktmassor så att dessa inte behöver transporteras bort. Observera att priset inte inkluderar kostnaden för att återställa trädgården, terrasser, uteplatser, planteringar m m. Detta kan många gånger röra sig om lika stora kostnader som för själva dräneringen.

Motsvarande kostnad med Arid är 56 640 kronor eller 46 640 kronor efter ROT-avdrag, vilket motsvarar 1.100 kronor per löpmeter och det oavsett hur terrängen runt (eller under) huset är beskaffad och utan några som helst kostnader för återställande.

Följande tabeller visar produktkalkylen för respektive marknad för privatmarknad (Arid Active) respektive proffsmarknad (Arid Active Pro) vid en volym under 500 enheter per år, då maximal royalty på 3 000 kronor per enhet utgår.

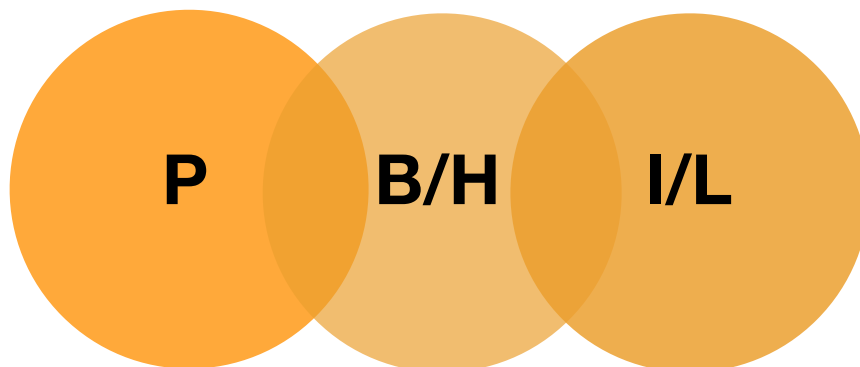
Vidare är kalkylen indelad efter om försäljningen sker direkt via Arid, via ombud som levererar prospekts/offertunderlag, via Abreen (nuvarande återförsäljare till Wasa Teknik) eller via agent i Danmark, Finland och Norge.

ARID ACTIVE/KANAL	Direkt	Ombud	Abreen	Norden
Intäkt komplett system inkl 39 m slinga och installation.	56 640	49 440	29 500	49 440
Intäkt för- och efterarbeten	14 160	12 360	7 375	12 360
Summa intäkter	70 800	61 800	36 875	61 800
Inköpspris inkl 50 meter slinga.	14 000	14 000	14 000	14 000
Royalty	3 000	3 000	3 000	3 000
Installation	5 000	0	0	0
Material för för- och efterarbete 50% marginal	7 080	7 375	3 687,5	1 900
Summa direkta kostnader	29 080	24 375	20 687,5	18 900
TB1	<u>41 720</u>	<u>37 425</u>	<u>16 187,5</u>	<u>42 900</u>
TG	59 %	61 %	44 %	69 %

ARID ACTIVE PRO/KANAL	Direkt	Ombud	Abreen	Norden
Intäkt komplett system inkl 150 m slinga och installation	180 000	140 000	38 000	140 000
Kostnad komplett system inkl 150 m slinga och installation	65 000	55 000	31 000	55 000
Royalty	3 000	3 000	0	3 000
TB1	112 000	82 000	7 000	82 000
TG	62 %	59 %	18 %	59 %

Marknad

Marknaden för Arids system kan indelas i tre, delvis överlappande, segment, Privata bostäder (P), bostadsrätter/hyresfastigheter (B/H) och industri/landbruk (I/L), vilket illustreras av följande figur:



Den gemensamma nämnaren är att de äger och/eller bor i fastigheter med fuktproblem i grund eller källare och där problemet består av kapillarsugande fukt i ett poröst material (lera, betong, tegel m fl), till skillnad från fukt p g a sprickor eller annan defekt i materialet, eller kondens. Kapillarsugande fukt är den absolut vanligaste orsaken till fukt i fastigheter med källare eller på betongplatta. I Norden handlar det företrädesvis om fastigheter byggda mellan 1950 och 1980. Under de närmaste åren ligger fokus på segmenten Privat respektive Bostadsrätter/Hyresfastigheter.”

Marknadens utveckling

Marknaden för dränering i allmänhet och Arid i synnerhet växer i takt med att småhus byggda på 50-, 60- och 70-talet byter ägare; många gånger från de första ägarna till nya generationer. Dagens familjer kräver större utrymme än tidigare generationer vilket många gånger innebär att källare byggs om till tonårsrum, arbetsrum, gästrum, hemmabio eller ”spa”. Detta är en utveckling som kommer att accelerera med stigande tomt- och bostadspriser.

En annan, för Arid, positiv trend är att bostadsrätter har börjat konvertera källarutrymmen till bostäder, eftersom de inredningsbara vindarna börjar ta slut.

Andra gynnsamma faktorer är den ökande medvetenheten om fukt (och mögel) som den vanligaste orsaken bakom astma och allergier, inte minst bland barn, samt den allmänt ökande miljömedvetenheten. Till skillnad från traditionell dränering, som har en negativ miljöpåverkan i alla led från tillverkning av cellplastmattor till grävskepors och lastbilars utsläpp, har Arids teknik inga miljömässiga nackdelar. Snarare tvärtom; förutom att eliminera fukt och mögel bidrar systemet till minskade uppvärmningskostnader.

Privat

Ägare och/eller boende i enfamiljsfastighet; villa, radhus, parhus, kedjehus etc. Beslutsfattare är ägaren/de boende. Viktiga påverkare är grannar, besiktningsmän, hantverkare, fastighetsmäklare och intresseorganisationer (t ex Villaägarna). Konkurrensmedel är pris/finansiering, garantier, snabb installation utan åverkan.

Bostadsrätter/Hyresfastigheter

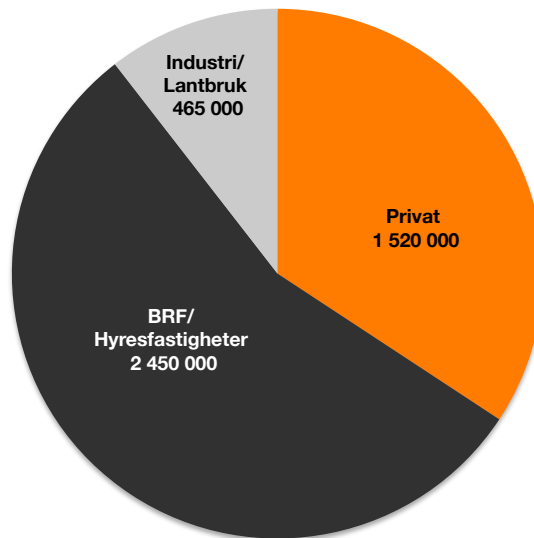
Från mindre bostadsrättsföreningar till mycket stora, tillhörande rikstäckande bostadsrättsorganisationer. Totalt finns det strax under 30 000 registrerade bostadsrättsföreningar i Sverige. Beslutsfattare är föreningens styrelse respektive drift- och underhållsansvariga och företagsledning. Viktiga påverkare är medlemmar/boende, förvaltare, (både praktiska och ekonomiska) riksorganisationer (SBC, HSB och Riksbyggen), byggtekniska konsulter och branschorganisationer. Konkurrensmedel är snabb lösning på problemet, installationstekniken (varken störa eller förstöra), ekonomi; både pris och höjt värde på fastigheten (möjlighet att konvertera vindar till bfr).

Marknadspotential Sverige

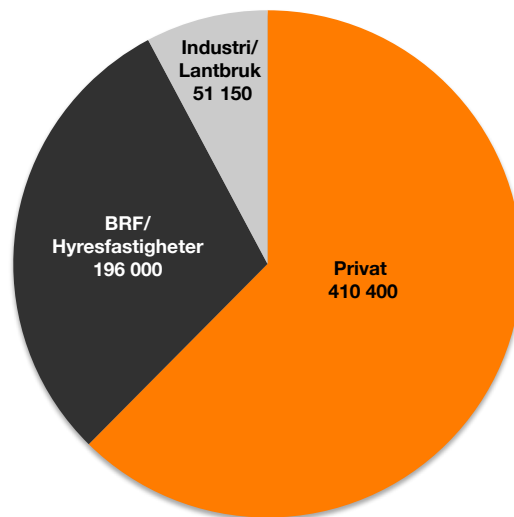
Norden är Arids hemmamarknad vilket inte utesluter försäljning på andra marknader. Åtminstone stora delar av Västeuropa har en liknande byggtradition som i Norden varför det rimligen finns en stor potential för Arids produkter i dessa länder.

I det följande kommer vi dock endast att beskriva den svenska marknaden då underlag för närvarande saknas för att göra en kvalificerad bedömning av marknaden i övriga Norden.

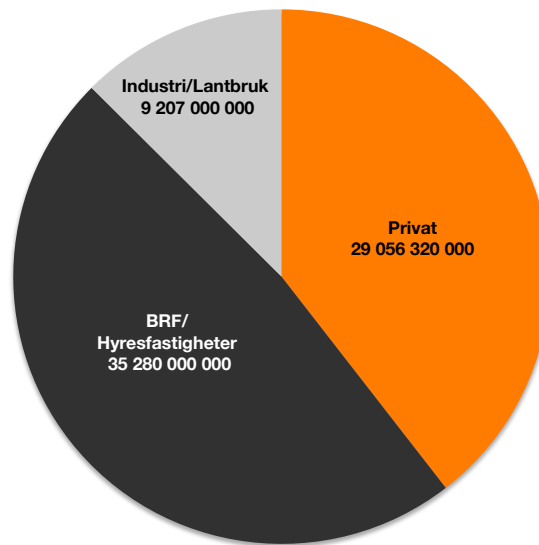
I Sverige finns det ca fem miljoner fastigheter (källa SCB 2010). Av dessa är drygt 4,4 miljoner byggda med källare eller på betongplatta enligt Boverkets rapport BETSI 2010. (Exklusive skolor och förskolor.) Beståndet fördelar sig enligt följande figur. För närvarande prioriterar Arid privata fastighetsägare (småhus) och flerbostadshus, oavsett om det rör sig om bostads- eller hyresrätter. Orsaken till detta är att det i dessa grupper inte enbart finns en ekonomisk och praktisk aspekt, utan även en hälsomässig.



Av detta "universum" är det, enligt Boverket, nedanstående antal som har akuta fuktproblem i källare eller grund, som måste åtgärdas direkt då det är en både praktisk och hälsomässig olägenhet. Framför allt gäller detta bostäder byggda under 1960- och 1970-talet. I takt med att dessa bostäder överläts till nya generationer kommer andelen sannolikt att öka, då det blir allt vanligare att omvandla källarutrymmen till bostäder.



Enligt Boverket skulle det (2010) kosta drygt 101 miljarder kronor att åtgärda dessa akuta problem (kostnader för återställande av kringmiljö ej medräknad) med hjälp av traditionella metoder. Genom att i stället utnyttja Arids teknik blir kostnaden "bara" totalt ca 74 miljarder kronor. Detta är Arids omedelbara marknadspotential i Sverige och som fördelar sig enligt figuren på följande sida.



Marknadsstrategi Sverige

Oavsett marknadssegment (P, B/H eller I/L) bygger marknadsföringen på följande "grundpelare":

- Rådgivande försäljning

Försäljningen sker "indirekt" genom förtroendegivande, byggkunniga "besiktningsmän" som gör fuktanalyser på plats hos kund. Analysen resulterar i ett offertunderlag och, någon dag senare, en offert. Vid försäljning mot BRF kompletteras besiktningen med presentationer inför föreningens styrelse.

- Kontroll över kundupplevelsen

Arid ansvarar alltid för offerter och avslut, men kan ta hjälp av ombud (besiktningsmän, fastighetsmäklare, installatörer etc) för att generera prospekts, göra fuktmätningar och leverera offertunderlag. Installation sker av fristående installatörer/putsentreprenörer som utbildas och certifieras av Arid.

- Koncentrerade insatser

För att nå "kritisk massa" (kännedom i 8-10 % av målgruppen(, lokalt, regionalt och så småningom rikstäckande), ska insatserna koncentreras i tid och rum. Exempel på detta är att utvalda bostadsområden bearbetas samtidigt med lokal affischering, lokal annonsering, direktreklam och tele marketing. Detta kan också ske i anslutning till lokala/regionala mässor.

- Utnyttja referenser

Med tanke på teknikens relativa nyhet gäller det att identifiera "early adopters" och sedan använda dem som referenser, både i sina egna bostadsområden och i annonsering.

- 100 % trygghet

För att undanröja kundens tveksamhet säljs systemen med 30 dagars öppet köp och 10 års garanti.

- Samarbete med påverkare

För att både generera prospekts och påverka opinionen ska Arid samarbeta med påverkare; från mäklare, besiktningsmän och putsentreprenörer till branschorganisationer (SCB, HSB, Riksbyggen, Villaägarna, Fastighetsägarna m fl), utbildnings- och forskningsinstanser och journalister.

- Dominera Internet

Den som söker efter information om fuktproblem och relaterade ämnen på Internet ska möta Arid som ett av de tre första alternativen, oavsett om det gäller på annonserad eller organisk plats. Detta ska åstadkommas genom sökords- och sökmotorsoptimering, landningssidor och bloggar.

Konkurrens

På den nordiska marknaden består Arids konkurrens huvudsakligen av företag som genomför traditionell dränering.; lokala bygg/markentreprenörer uppbackade av material/metodleverantörer (t ex Isodrän, och Isola) Även tillverkare av dräneringsrör i plast (no name-produkter som säljs via byggmaterielhandeln är, åtminstone indirekt, konkurrenter till Arid.

Vi kommer även möta motstånd från markföretag och maskinuthyrningsföretag och deras branschföreträdare.

Inom vårt eget segment, "Dränera utan att gräva" möter vi idag en engelsk produkt som i Norden marknadsförs som en gör-det-självt-lösning under namnet Fuktstopparen. Produkten är utvecklad för applicering i tegelväggar ovan jord och utgör därför rent teoretiskt ett alternativ till Arid. Motsvarande relativt enkla lösningar förekommer bland annat i England, Tyskland, Frankrike och Italien.

Organisation

I slutet av 2014 bestod Arids organisation av fyra fast anställda (VD/försäljningschef, marknadschef, samt två säljare/besiktningsmän). Samma person ansvarade för ekonomi och administration med hjälp av redovisningskonsult.

Därutöver hade företaget två lokala agenter. Uppfinnaren har under samma period sysselsatt två personer med uppgifter som helt eller delvis kommer att tas över av Arid.

Installation utfördes av fristående entreprenörer med sammanlagt 10 anställda. (Exklusive Norge). Detta motsvarar en installationskapacitet på upp till 2 200 system per år.

Under 2015 kommer följande organisation att etableras.

Styrelse

Arids styrelse ska bestå av nuvarande ägare plus ytterligare högst tre ledamöter som ska erbjudas styrelseplats mot ägande och/eller kompetens; särskilt värderas erfarenhet av snabb tillväxt, uppbyggnad av internationella försäljningskanaler och finansiering. Inledningsvis är det önskvärt med 5-6 styrelsemöten per år.

Ledningsgrupp

Består under 2015 av VD, marknadschef och, så småningom, installations- och ekonomiansvarig. Sammanträder varje vecka.

VD/Försäljningschef

Arids verkställande direktör har, förutom det sedvanliga VD-ansvaret, huvudansvaret för organisationsuppbyggnad och internationell expansion. Initialt är VD även försäljningschef.

Marknadschef

Arids marknadschef huvudansvar är strategisk planering, etablering och utveckling av företagets varumärke och att förse försäljningsorganisationen med relevanta prospekts. Särskild vikt läggs vid företagets närvaro i relevanta kanaler på Internet. Marknadschefen är även ansvarig för mediakontakter.

Besiktningsmän/Utesäljare

Genomför kundbesök/fuktanalyser hos privatkunder och mindre BRF. Upprättar besiktningsprotokoll samt lämnar underlag till och följer upp offerter. Tar fram förslag på områden för lokala kampanjer. Utnyttjar befintliga kunder samt eget nätverk (förvaltare, mäklare, besiktningsmän, Rotary, m m) för att hitta nya prospekts. Håller föredrag för mindre BRF.

Lämplig bakgrund är besiktningsman eller byggnadsingenjör med viss säljerfarenhet.

För närvarande finns två anställda. En av dessa kommer att ha fortsatt ansvar för Stor-Göteborg medan den andre kommer att få ansvar för att organisera flödet från order till installation och uppföljning. Nyanställning kommer att ske av två besiktningsmän till Stor-Stockholm samt en till Öresundsregionen (Trelleborg till Båstad).

Order/Installation/Efterservice

En person med ansvaret för att etablera väl fungerande organisation och rutiner för installation och efterservice). I arbetet ingår rekrytering av entreprenörer, utbildning och kvalitetssäkring av dessa.

Ekonomi/Administration/IT

För närvarande sköts ekonomifunktionen av befintlig personal med hjälp av redovisningsbyrå. Under andra halvåret är volymerna så stora att det motiverar rekrytering av en person med ansvar för ekonomi, administration och IT (Fortnox, Upsales, m m).

I det fall försäljningsutvecklingen sker snabbare än planerat kommer ytterligare besiktningsmän/utesäljare att rekryteras, i första hand till Stockholm/Mälardalen, Skåne, Västra Götaland, och Östergötland/Närke. Likaså kommer minst en storkundssäljare med ansvar för bearbetning av branschorganisationer (HSB, SCB, Riksbyggen m fl) och större fastighetsägare, att rekryteras., I annat fall kommer rekryteringen att ske under 2016 då organisationen, förutsatt lansering i övriga Nordiska länder, måste utökas med åtminstone en ansvarig per land samt en central supportfunktion.

Försäljnings- och resultatprognos

Arids försäljningsstrategi baserar sig på att förse försäljningsorganisationen med kvalificerade prospekts, via internet, mässor, annonser och, framför allt, lokala aktiviteter i områden med dokumenterade problem. Matematiken bakom 2015 års prognos kan beskrivas enligt nedan:

Med aktiva (uppsökande) kanaler menas t ex lokalkampanjer stöttade med TM och kontakter via mässor. Budgeten kräver drygt 40 prospekts per månad. Under de första två veckorna av mars har antalet prospekts uppgått till över 80.

Med passiva (mottagande) kanaler menas framför allt närvaro på Internet (Adwords, hemsida, bloggar etc). Budgeten förutsätter 2 500 besökare per månad, vilket är den nivå som vi ligger på, knappt fem månader efter hemsidans lansering.

Historiskt sett har Arid bokat besiktning med minst var tredje prospekt. Mellan 30 och 70% av dessa har köpt. I prognosen kalkylerar vi med 40%.

Lite förenklat; för att nå försäljningsbudgeten för 2015, på 125 installerade system, krävs ca 850 kvalificerade prospekts, d v s ca 16 prospekts per vecka.

	Aktiva kanaler	Konvertering	Passiva kanaler	Konvertering
Suspects	3 500	10 %	25 000	2 %
Prospekts	350	33 %	500	33 %
Besiktning	140	40 %	165	40 %
Order	56		66	50 %

Antal besök/ motsvarar knappt sex per vecka, vilket är grovt i underkant med tanke på den planerade organisationen.

Enligt samma resonemang krävs följande "pipeline" för att nå det interna säljmålet på 225 system i Sverige för 2015.

	Aktiva kanaler	Konvertering	Passiva kanaler	Konvertering
Suspects	6 000	10 %	48 000	2 %
Prospekts	600	33 %	960	33 %
Beiktning	240	40 %	317	40 %
Order	96		127	50 %

Försäljningsbudget Sverige 2015

<i>Alla belopp i TSEK</i>	JAN	FEB	MAR	APR	MAJ	JUN	JUL	AUG	SEP	OKT	NOV	DEC	TOT
Försäljning antal													
Arid Active	3	6	9	12	15	10	5	5	15	15	15	10	120
Arid Active Pro	1	1	2	3	3	3	1	1	3	5	5	2	30
Försäljning kronor													
Arid Active	212	425	637	850	1 062	708	354	354	1 062	1 062	1 062	708	8 496
Arid Active Pro	180	180	360	540	540	540	180	180	540	900	900	360	5 400
Summa försäljning	392	605	997	1 390	1 602	1 248	534	534	1 602	1 962	1 962	1 068	13 896
Rörliga kostnader													
Arid Active	87	174	261	348	435	290	145	145	435	435	435	290	3 480
Arid Active Pro	68	68	136	204	204	204	68	68	204	340	340	136	2 040
Summa rörliga kostnader	155	242	397	552	639	494	213	213	639	775	775	426	5 520
TB 1	237	363	600	838	963	754	321	321	963	1 187	1 187	642	8 376
Fasta kostnader													
Marknadsföring	85	92	150	100	100	600	50	100	150	100	100	100	1 727
Personal	146	146	146	160	225	225	225	291	450	450	450	450	3 365
Övriga kostnader	55	55	55	55	69	69	69	83	110	110	110	110	949
Summa fasta kostnader	286	293	351	315	394	894	344	473	710	660	660	660	6 041
TB2	-48	70	249	522	569	-140	-23	-152	253	527	527	-18	2 335
Avskrivningar	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	120
Rörelseresultat	-58	60	239	512	559	-150	-33	-162	243	517	517	-28	2 215
Finansiella kostnader	5	7	12	17	20	15	7	7	20	24	24	13	172
RESULTAT	-63	53	227	495	539	-166	-40	-169	223	493	493	-41	2 043
Ackumulerat resultat	-63	-11	217	712	1 251	1 085	1 045	877	1 100	1 592	2 085	2 043	
Antal anställda	4	4	4	4	5	5	5	6	8	8	8	8	5,8

Budgeten innebär en dubbling i antal sålda system jämfört med 2014. Till och med den 25/3 uppgår offertstocken till ca 11 Mkr, jämfört med ca 2 Mkr under samma period föregående år. Samtidigt finns ca 100 kommande besiktningar i "pipelinen".

Likviditetsbudget Sverige 2015

<i>Alla belopp i TSEK</i>	FEB	MAR	APR	MAJ	JUN	JUL	AUG	SEP	OKT	NOV	DEC	TOT
Inbetalningar (ex moms)												
Fakturerings Konsument	212	425	637	850	1 062	708	354	354	1 062	1 062	1 062	7 788
Fakturerings BRF	180	180	360	540	540	540	180	180	540	900	900	5 040
<i>Utgående moms</i>	0	98	151	249	347	401	312	134	134	401	491	491
Momsnetto	38	74	-76	-138	-209	-220	15	20	-35	-282	-491	-491
Summa inbetalningar	392	430	679	922	1 252	1 393	1 028	549	554	1 567	1 680	10 445
Utbetalningar (ex moms)												
Inköp produkter/installation	548	155	242	397	552	639	494	213	213	639	775	4 867
Marknadsföring	85	92	150	100	100	600	50	100	150	100	100	1 627
Personal	146	146	160	225	225	225	291	450	450	450	450	3 220
Övriga kostnader	55	55	55	55	69	69	69	83	110	110	110	839
<i>Ingående moms</i>	0	172	76	112	138	180	327	153	99	118		
Summa utbetalningar	286	834	462	672	777	946	1 598	1 063	846	923	1 299	9 707
Likviditetsförändring												
Ingående kassa		67	-337	-120	129	603	1 050	479	-35	-327	317	
Summa inbetalningar		430	679	922	1 252	1 393	1 028	549	554	1 567	1 680	
Summa utbetalningar		834	462	672	777	946	1 598	1 063	846	923	1 299	
Utgående kassa	0	-337	-120	129	603	1 050	479	-35	-327	317	698	

Företaget lider av växtvärk. Idag har vi en checkräkningskredit, hos Swedbank på 0,5 Mkr, som är fullt utnyttjad. Det omedelbara behovet är därför ca 0,5 Mkr. Förhandling pågår med SEB om byte av bank och en kredit på 1 Mkr.

Ytterligare finansiering krävs, t ex för att genomföra marknadsföringssatsning tillsammans med TV4. Förhandlingar pågår därför med ett antal intressenter om, dels en kortsiktig finansiering på 1 – 3 Mkr, dels en långsiktig finansiering på ytterligare 2 – 4 Mkr.

Försäljningsmål Sverige 2015

Alla belopp i TSEK	JAN	FEB	MAR	APR	MAJ	JUN	JUL	AUG	SEP	OKT	NOV	DEC	TOT
Försäljning antal													
Arid Active	3	6	9	15	20	15	10	15	25	25	25	15	183
Arid Active Pro	1	1	3	5	5	4	2	2	4	7	7	4	45
Försäljning kronor													
Arid Active	212	425	637	1 062	1 416	1 062	708	1 062	1 770	1 770	1 770	1 062	12 956
Arid Active Pro	180	180	540	900	900	720	360	360	720	1 260	1 260	720	8 100
Summa försäljning	392	605	1 177	1 962	2 316	1 782	1 068	1 422	2 490	3 030	3 030	1 782	21 056
Rörliga kostnader													
Arid Active	87	175	262	437	582	437	291	437	728	728	728	437	5 325
Arid Active Pro	68	68	204	340	340	272	136	136	272	476	476	272	3 060
Summa rörliga kostnader	155	243	466	777	922	709	427	573	1 000	1 204	1 204	709	8 385
TB 1	237	362	711	1 186	1 394	1 074	641	850	1 491	1 827	1 827	1 074	12 671
Fasta kostnader													
Marknadsföring	85	92	150	100	100	600	50	100	150	150	150	150	1 877
Personal	146	146	146	160	225	225	225	291	450	450	450	450	3 365
Övriga kostnader	55	55	55	55	69	69	69	83	110	110	110	110	949
Summa fasta kostnader	286	293	351	315	394	894	344	473	710	710	710	710	6 191
TB2	-49	69	361	870	1 000	179	297	376	780	1 116	1 116	363	6 480
Avskrivningar	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	120
Rörelseresultat	-59	59	351	860	990	169	287	366	770	1 106	1 106	353	6 360
Finansiella kostnader	5	7	15	24	29	22	13	18	31	37	37	22	260
RESULTAT	-63	52	336	836	961	147	274	349	740	1 069	1 069	331	6 100
Antal anställda	4	4	4	4	5	5	5	6	8	8	8	8	5,8

Tabellen visar den ”inofficiella” budget som företaget arbetar efter. För att nå detta krävs antingen ett större inflöde av prospekts (t ex m h a TV4) eller en högre verkkningsgrad i alla led, eller en kombination av båda. Om nuvarande offertstock är representativ för helåret 2015 innebär det en total offertstock på ca 44 Mkr, vilket innebär att det krävs en avslutsfrekvens på ca 50%. Detta bedömer vi som fullt möjligt med tanke på dels tidigare erfarenheter och dels nya konkurrensmedel som finansiering

Prognos Norden 2015-2017

		2015			2016			2017	
<i>Alla belopp i TSEK</i>	SE	NO (WASA)	TOT	SE	NO+DK	TOT	SE	NO+DK+FI	TOT
Försäljning antal									
Arid Active	120	90	210	240	200	440	480	400	880
Arid Active Pro	30	10	40	60	30	90	120	60	180
Summa system	150	100	250	300	230	530	600	460	1 060
Försäljning									
Arid Active	8 496	6 372	14 868	16 992	14 160	31 152	33 984	28 320	62 304
Arid Active Pro	5 400	1 800	7 200	10 800	5 400	16 200	21 600	10 800	32 400
Summa försäljning	13 896	8 172	22 068	27 792	19 560	47 352	55 584	39 120	94 704
Rörliga kostnader									
Arid Active	3 492		6 111	6 984	5 820	12 804	13 968	11 640	25 608
Arid Active Pro	2 040		2 720	4 080	2 040	6 120	8 160	4 080	12 240
Summa rörliga kostnader	5 532		8 831	11 064	7 860	18 924	22 128	15 720	37 848
TB 1	8 364		13 237	16 728	11 700	28 428	33 456	23 400	56 856
Fasta kostnader									
Marknadsföring	1 727		1 727	2 779	1 956	4 735	5 558	3 912	9 470
Personal	3 365		3 365	8 918	4 742	13 659	9 135	8 178	17 313
Lokalhyra	60		60	60	176	236	120	326	446
Övriga kostnader	949		949	1 472	981	2 454	1 472	1 636	3 108
Summa fasta kostnader	6 041		6 041	13 229	7 855	21 084	16 286	14 052	30 337
TB2	2 323		2 323	3 499	3 845	7 344	17 170	9 348	26 519
Avskrivningar	120		120	191	132	322	315	249	564
Rörelseresultat	2 203		2 203	3 308	3 713	7 022	16 855	9 099	25 955
Finansiella kostnader	172		172	0	0	0	0	0	0
RESULTAT	2 031		2 031	3 308	3 713	7 022	16 855	9 099	25 955
Antal anställda	5,8		5,8	9,0	6,0	15,0	9,0	10,0	19,0

Även om prognosens siffror kan verka "avskräckande", eftersom vi snabbt kommer upp i mycket stora tal, så är dessa inom rimlighetens gräns. Av 15 anställda 2016 arbetar 12 med försäljning, vilket innebär mindre än ett system per säljare och vecka. 2017 har antalet säljare ökat till 16, vilket innebär 1,3 system per säljare och vecka.

Samtliga prognoser bygger på att Arid antingen har ensamrätt till produkterna i Norden eller marknadsför det under "private brand".

Under 2015 har uppfinnaren rätt att sälja via eget bolag i Norge. Arid har varken intäkter eller kostnader för detta. Från och med 2016 tar Arid över uppfinnarens organisation och nätverk i Norge.

Prognosen förutsätter att uppfinnarens svenska återförsäljare (Abreen AB) fortsätter att köpa system i nuvarande omfattning, via uppfinnaren och enligt nuvarande avtal. Detta förklarar de väsentligt lägre marginalerna för dessa.

Samtliga försäljningspriser är baserade på nuvarande priser. Utanför Sverige avser Arid att tillämpa ett högre pris än i prognosen. I Danmark och Finland finns ingen prisbild etablerad. I Norge kommer priset att höjas senast fr.o.m. årsskiftet 2016 då uppfinnarens egna verksamhet upphör.

Dränering pågår.*

