

BIZNESPLAN

1. Opis projektowanego przedsięwzięcia i produktu

- czym się będzie zajmować firma,
- dlaczego chcemy podjąć właśnie taką działalność,
- czy mamy odpowiednie kwalifikacje (nasze wykształcenie, posiadane certyfikaty, uczestnictwo w kursach, szkoleniach),
- szczegółowo co będzie oferowanym przez nas produktem/usługą,
- jak będzie wyglądać organizacja firmy (status prawny firmy, informacje o pracownikach),
- opis dostawców (najlepiej z przykładami firm) i
- kanałów dystrybucji.

Źle:

Chcę otworzyć hotel dla zwierząt. Bardzo lubię zwierzęta, sam mam 3 psy i 2 koty i wiem, jak duże występują problemy, gdy właściciel chce wyjechać. Posiadam odpowiednie kwalifikacje do tej pracy. Oferowanym przeze mnie produktem będzie hotel dla zwierząt. Firmę będę prowadzić sam”

Dobrze:

Chcę otworzyć hotel dla zwierząt (psów i kotów) w Bielsku. Do prowadzenia tej działalności posiadam odpowiednie kwalifikacje (dyplom technika weterynarii uzyskany w 2001 r. w Technikum Weterynarii w Białymstoku). Z moich obserwacji, jak również analizy wypowiedzi na lokalnych forach internetowych (www.plock.pl/forum, www.psy.forum) wynika, że w Płocku i powiecie płockim problem pozostawienia zwierząt w domu jest sprawą poważną i jak dotąd nierozwiązaną. Hotel, który będzie mógł pomieścić 20 psów i 10 kotów, chcę zbudować na własnej działce, koło domu. Firmę w początkowym etapie działalności chcę prowadzić sam, jedynie prowadzenie księgowości zlecać specjalście”

2. Lokalizacja

- czy firma potrzebuje oddzielnego lokalu, czy też działalność zarejestrowana będzie we własnym domu. Jeśli decydujemy się na wynajem lokalu, powinniśmy napisać o konkretnym miejscu - najlepiej konkretny adres lub dzielnicę.
- uzasadnienie wyboru lokalizacji oraz warunki, jakie musi spełniać lokal (np. czy musi być podłączona woda).
- czy miejsce będzie dostępne dla klientów?
- ile będzie kosztował najem?

3. Klienci

Najlepiej podzielić klientów na grupy. Najprostszy podział to klienci indywidualni i instytucjonalni, ale można też wymienić inne grupy (np. klienci szkoły językowej: studenci, młodzież przygotowująca się do matury, licealiści i gimnazjaliści). Każdą grupę należy krótko opisać - które z naszych produktów mają kupić i dlaczego,

co ich do nas przyciągnie?

4. Analiza konkurencji

- należy wskazać zarówno konkurencję bliższą, jak i dalszą
- co może być substytutem oferowanego przez nas produktu/usługi
- każdą z ustalonych grup konkurentów należy krótko opisać, wskazać jej liczebność, oferowane ceny, czym się wyróżnia, a także, czy stanowi dla nas bezpośrednie zagrożenie.

Czym jest konkurencja bliższa? Dla sklepu spożywczego będą nią inne sklepy spożywcze w promieniu 1-2 km, dla salonu samochodowego zapewne całe miasto. Chodzi tu nie tylko o kryterium geograficzne, ale też podobieństwo do naszej firmy. Dla internetowego sklepu ze sprzętem komputerowym sklep stacjonarny zlokalizowany w tym samym bloku będzie konkurencją dalszą niż inny sklep o podobnym profilu działalności działający w polskiej sieci. Najlepiej, jeśli uda się wskazać liczebność najbliższych konkurentów i wskazać ich nazwy (2-3 przykłady).

Źle:

W moim rejonie konkurencja jest dość duża, ale nie zaspokaja popytu, dlatego nie martwię się o klientów- wszyscy robią zdjęcia.

Dobrze:

Na podstawie danych z internetu, lektury lokalnej prasy oraz kontaktów osobistych ustaliłam, że konkurencją dla zakładu fotograficznego są następujące podmioty:

1. Inne zakłady fotograficzne w Bielsku (3)- najbliższa konkurencja- oferują podobny zakres usług, jednak mają ceny o 10% wyższe. Najważniejsze są dla mnie, ze względu na lokalizację oraz zakres usług, 2 przedsiębiorstwa- jeden zlokalizowany na ul. Miodowej 16 a drugi na Słowackiego 12A.
2. Zakłady fotograficzne w Płocku- w mieście jest kilkanaście takich przedsiębiorstw.
3. Punkty do szybkiego wywoływania zdjęć- maszyny zlokalizowane w dużych sklepach np. Rossmann, oferujące dużo niższe ceny i szybkość obsługi oraz praktycznie brak kolejek, jednak jakość zdjęć jest dużo niższa. Wciąż niewiele osób wie, jak obsługiwać maszyny.
4. Sklepy internetowe oferujące usługę wywoływania zdjęć - tańsze, jednak czas oczekiwania wynosi 2-3 dni i brak jest bezpośredniego kontaktu ze sprzedawcą. Ponadto usługi przez internet nie są jeszcze upowszechnione na naszym terenie.

Warto zauważyć, że w Bielsku brakuje dużych, profesjonalnych zakładów fotograficznych a w dwóch wspomnianych wyżej często są kolejki.

5. Przewagi konkurencyjne

- co ma sprawić, że klient przyjdzie właśnie do nas?
- przewagi najlepiej wymienić w punktach, wraz z uzasadnieniem każdej z nich, np.
 - doświadczenie zdobyte podczas wieloletniej pracy w zakładzie fotograficznym w Płocku.
 - konkurencyjne ceny - niższe o ok. 10% od konkurencji, system rabatowy

6. Promocja i reklama.

- w jakich mediach będziemy się reklamować?
- dlaczego właśnie taką drogę wybraliśmy?
- kto przygotowuje zamówioną przez nas reklamę,
- kto zaprojektuje, wydrukuje i rozniesie ulotki?
- i oczywiście - ile to kosztuje?

7. Analiza typu SWOT

- silne strony –

płyną z wewnątrz firmy, a więc wymieniamy tu takie rzeczy jak doświadczenie, wysoką jakość, nastawienie na klienta, unikalną ofertę;

- słabe strony –

również wynikają z wewnątrz firmy, np. brak ustalonej na rynku marki i stałych klientów, początkowo niewielki asortyment, uzależnienie od jednego odbiorcy/dostawcy;

- szanse –

napływają z otoczenia, np. duży popyt na dany towar w związku z Euro 2012, brak konkurencji w danej dzielnicy;

- zagrożenia –

np. odwrócenie się trendów na rynku, nagłe zmiany cen.

Część finansowa –

Przychody - środki finansowe (pieniądze), które do nas wpłynęły, nie mylić z zyskiem.

- Ze sprzedaży produktów - produkt to przedmiot, rzecz materialna, którą sami stworzymy w celu sprzedaży.
- Ze sprzedaży usług.
- Ze sprzedaży materiałów i towarów - materiały i towary to rzeczy, które kupimy
- Pozostałe przychody.

Koszty, czyli wszystko to, za co płacimy

- Amortyzacja - koszt tego, że urządzenie traci na wartości
- Koszty materialne- surowców, zakupionych materiałów i towarów
- Koszty najmu lokalu.
- Koszty eksploatacyjne- np. woda, prąd, Internet.
- Transport - jeśli dojeżdżamy gdzieś w związku z prowadzona działalnością.
- ZUS- składki na ubezpieczenia.
- Wynagrodzenie pracowników - wynagrodzenie brutto.
- Narzuty na wynagrodzenie pracowników
- Koszty bankowe - prowadzenie konta i prowizje.

- Koszty usług zewnętrznych- czyli to, co zlecamy innym firmom.
- Koszty reprezentacji i reklamy.
- Inne.

Aktywa- czyli to, co firma posiada

- Aktywa obrotowe- to, co kupimy w celu sprzedaży lub to, co się zużyje w ciągu roku.
- Aktywa trwałe- to, co się nie zużyje w ciągu roku.

Analiza finansowa powinna zawierać:

- finansowanie projektu (wkład własny, kredyt, grant)
- jeśli jest pisany dla banku- zabezpieczenie kredytu
- ewentualne referencje finansowe

Uzasadnienie wydatków

Biznes plan zazwyczaj pisany jest po to, by otrzymać jakieś dofinansowanie, często na konkretne wydatki. Dlatego powinniśmy wymienić: co chcemy kupić, za ile i dlaczego. Dobrze jest podać konkretną nazwę i funkcje danego sprzętu.

Przedstawienie koncepcji rozwoju

- Ile produktów/usług zamierzasz sprzedać w etapie początkowym?
- Jak stopniowo, miesiąc po miesiącu będziesz się rozwijał?
- Gdzie widzisz swoją firmę za rok, a gdzie za 2 lata?

Kilka generalnych zasad:

1. Konkretność- wskazujemy liczby, miejsca, ceny.
2. Używanie odpowiedniego języka - pamiętaj, że osoba oceniająca biznesplan nie musi znać danego rynku! Unikamy więc wyrażen specjalistycznych (albo tłumaczymy je obok), jak również potocznych czy miejscowych zwrotów.
3. Wiarygodność - jeśli podajesz jakieś dane, np. o liczbie potencjalnych klientów, podaj źródło. Nie wystarczy wpisać tu "Internet". Najgorsze, co może się zdarzyć, to być przyłapanym na kłamstwie.
4. Realność - nowo otwarty gabinet SPA raczej nie będzie miał 50 klientek dziennie, więc nie ma sensu wpierać tego czytającym biznes plan.
5. Zwięzłość - pisz konkretnie i rzeczowo. Biznes plan może być długi, ale nie powinien zawierać zbyt dużo przymiotników, ani opowiadać historii życia autora.
6. Profesjonalizm- prosta czcionka, nie stosujemy żartów ani aluzji, nie zamieszczamy zdjęć babci, nie prosimy o litość ani współczucie.

Wzory biznes planów:

<http://bi.gazeta.pl/im/9/3369/m3369659.pdf>

http://www.ipo.pl/biznes_plany/biznes_plany

[/biznes_plan_salon_piekności/zakład_fryzjerski_\(wzor\)_512.html](#)

http://www.ipo.pl/biznes_plany/biznes_plany/biznes_plan_siec_kawiarni_wzor_512.html