

BIZNIS PLAN

(OSNOVE I SMERNICE)

Vaša veza ka budućnosti

Link
@gencija

konsalting - dizajn - marketing

„AGENCIJA LINK“

dir. Zuzana Pecnik

tel: 060/4774-235

email: zusanap@nadlanu.com

www.1biznisplan.wordpress.com

Izrada biznis planova, sertifikacija HACCP, ISO 9000..14000..., web dizajn i još mnogo toga.

Zašto je važno imati plan

- Biznis plan vam pronalazi slabe tačke.
- Proverava vašu objektivnos i realnost planova
- Smanjuje faktor rizika i predviđa konkurenciju.
- Proverava realnost iznetih pretpostavki, prihoda, konkurencije, uslova, tehnologija...
- Objedinite tim oko zajedničkog plana.
- Banke ga traže.



Ključna pitanja koja treba postaviti

- Kakav problem rešavate?
- Kako vaš proizvod ili usluga rešavaju taj problem?
- Kako planirate da unapredite proizvod ili uslugu sa alternativnim rešenjem?
- Kako će to doprineti profitu za vašu kompaniju i njene investitore.



Minimalne komponente plana

- Opis biznis plana (2-3 strane)
- Opis kompanije (0.5-1 strana)
- Proizvodi i usluge (2-4 strane)
- Tržišta (1-2 strane)
- Tehnologija (2-3 strane)
- Konkurencija i prednost nad konkurencijom (2-3 strane)
- Model biznisa i ključni kupci (2-3 strane)
- Menadžment tim (1 strana)
- Proizvodni proces (1-2 strane)
- Finansijska projekcija (1 strana)
- Financiranje i korištenje profita (0.5-1 strana)
- Sažeti pregled (2-3 strane)

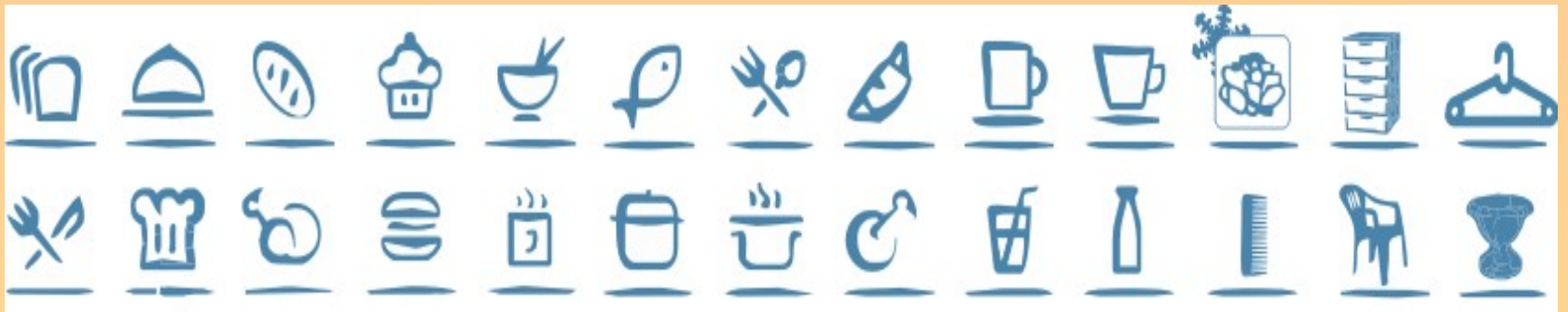
Opis kompanije

- Vizija.
- Osnovna paleta proizvoda ili usluga.
- Istorija kompanije.
- Tržišta na kojima posluje.
- Lokacija kompanije.
- Status koji ima – kako se kotira



Proizvodi i usluge

- Osnovne smerince:
 - Šta je proizvod?
 - Zašto je on bolji za krajnjeg korisnika?
 - Kako radi – se koristi?
 - Šta vam je sledeći cilj (proizvod, usluga poboljšanje)
- Saveti:
 - Mora biti jednostavno i razumljivo da zadovolji i obične ljude i stručnjake.
 - Ne koristiti previše tehničkog žargona.
 - Koristite slike i dijagrame, slika menja 1000 reči



Tržišta i uslovi u kojima se nalazite

- Dinamika tržišta
 - Zašto je vaš proizvod dobra prilika baš sad?
 - Trendovi potrošnje, regulative, tehnološke prednosti.
- Veličina tržišta
 - Analiza izveštaja, strategiska analiza.
- Razumevanje korisnika i njihovih potreba
 - Intervjui sa korisnicima, ciljne grupe, razgovori sa ekspertima ...
- Prioritet tržišta i njegova racionalizacija



Tehnologije koje se koriste

Koristite tehnički žargon, ne preterujte

- Treba opisati:
 - Glavne komponente rešenja.
 - Specifičnosti i funkcionalnost.
 - Tehnologije iz kojih se razvija proizvod – usluga.
 - Okruženje u kojem se razvija.
 - Kompatibilnost sa ostalim relevantnim proizvodima.
 - Kako proizvod koristi relevantnu tehnologiju.
 - Patentiranost proizvoda ili usluga, čekanje na patent...
 - Detaljan tehnički opis.



Konkurencija i prednost u odnosu na nju

- Konkurencija uključuje:
 - Direktne konkurente.
 - Zamenska rešenja za vaš proizvod.
 - Potencijalne uljeze.
- Prepreke puštanja proizvoda na tržište:
 - Patenti (čekanje na prava ili registraciju).
 - Ključni partneri.
 - Ključni kupci.
 - Ekspertni menadžment tim koji radi na vašem proizvodu.
 - Superiornost i funkcionalnost proizvoda.
 - Vreme za reklamiranje.
 - Troškovi istraživanja i prenosti and konkurencijom.
 - Troškovi prelaska.

• Model biznisa i ključni kupci

- Koliko će te zaraditi para?
 - Prodajom proizvoda, licenci, prava, imidža...
 - Potraživanjan unapred (ka vama) naspram zarade koju čekate.
 - Kako vaši kupci prave pare? Kako se vi uklapate u njihovu sliku?
 - Proizvodi naspram konsultacija i usluga.
 - Održavaja, poboljšanja, poklon proizvodi, ...
 - Ko su vaši postojeći kupci?
 - Koji su kupci meta i kada će te ih aktivirati?

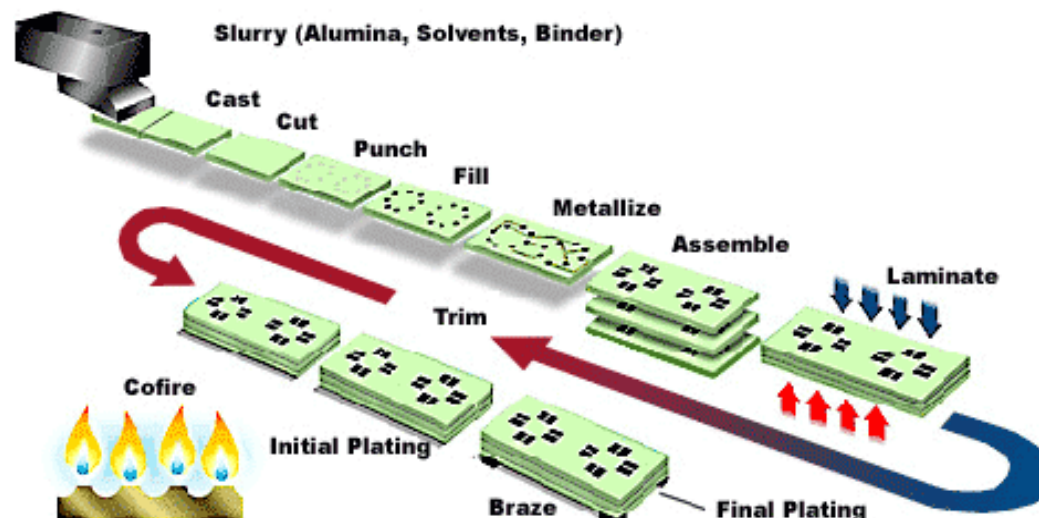
Menadžment tim

- Uključite biografije ključnih ljudi.
- Napomenite na kojim ključnim mestima rade.



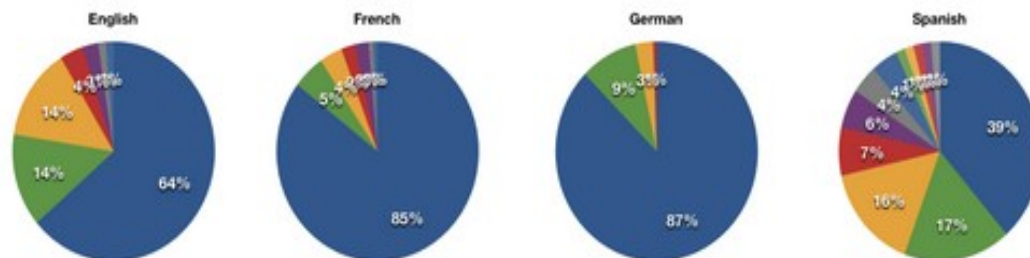
• Proizvodni proces

- Ko će praviti vaše proizvode?
- Kako će se organizovati tehnička podrška i podrška krajnjem kupcu.
- Da li će te imati svoju tehničku podršku ili će te plaćati usluge drugoj kompaniji.
- Dokumentacija:
 - Dokumentovan proces proizvodnje
 - Finansiranje procesa proizvodnje.



• Finansijska projekcija

- Budite pažljivi i kreirajte od početka finansijsku projekciju – nemojte preskakati segmente pa se ponovo vraćati na njih.
- Napravite pokazatelje iz prethodnih 5 godina poslovanja.
- Napravite plan za narednih 5 godina.
- Napravite plan za osvajanje 20-25% tržišta u narednih 5 godina.
- Predvidite potreban broj ljudstva.
- Uključite i dodatne finansijske pokazatelje.
- Prikažite rezultate u grafikonima i tabelama



•Financiranje i korištenje profita

- Kreiranje fondova:
 - Penzionih.
 - Razvojnih:
 - Zapošljavanje ključnog menadžmenta.
 - Rast kapitala.
 - Razvoj i istraživanja u oblasti tehnologije.
 - Unapređivanje proizvodnje.
 - Razvijanje novih tehnologija i usluga.



• Sažeti pregled

- Napišite ga na kraju.
- Neka izgleda kao zaseban dokument, da bi ste ga mogli posebno štampati.
- Počnite sistemom problem, imamo rešenje.
- Sumirajte svako poglavlje biznis plana.
- Potrošite više vremena na:
 - Opis proizvoda.
 - Prednost nad konkurencijom.
 - Biznis model i projekcije.
 - Menadžment tim.

Dodatni saveti

- Napišite kontak telefone, email, webstrane.
- Proverite BP na pravopisne grešaka.
- Dajte prosečnom korisniku da ga pročita sa povratnom informacijom (da li je razumeo sve).
- Kreirajte kopije i verzije, da bi ste lako mogli da menjate eventualne greške.
- Ako više ljudi radi na projektu proveravajte ko ima koju verziju plana na kojoj radi (mogući su nesporazumi).



Contact^{US}

Informacije koje treba naglasiti

- Budite učtivi kad pišete BP.
- Budite pretenciozni u ciljevima i profitu ali ne previše.
- Ako radite veći BP unajmite neku konsultantsku kuću da vam pomogne.
- Radite u mrežnom okruženju jednostavnije je, koristite internet email...
- Dobro upoznajte svoje tržište.
- Proveri te sve finansijske pokazatelje sa iskusnim stručnjakom

„AGENCIJA LINK“

dir. Zuzana Pecnik

tel: 060/4774-235

email: zuzanap@nadlanu.com

www.1biznisplan.wordpress.com

Izrada biznis planova, sertifikacija HACCP, ISO 9000..14000..., web dizajn i još mnogo toga.



Za dodatna pitanja kontaktirajte nas poziv nekošta