

VODIČ ZA IZRADU NACRTA BIZNIS PLANA

Zašto je važan dobar biznis plan pri pokretanju novog posla ili pri uvođenju inovacije u postojeći posao?

Dobar biznis plan je preduslov za razvoj bilo koje poslovne ideje od početka do realizacije. On vam omogućava da svoj projekat, njegovu izvodljivost i profitabilnost sagledate iz svih uglova.

Zašto je potrebno da dostavim nacrt biznis plana?

Ovo će biti dodatni uvid koji će pomoći stručnom žiriju pri oceni u kojoj meri je projekat inovativan, izvodljiv i održiv kako bi mogao da donese odluku da li projekat prolazi u finalnu fazu takmičenja.

U kojoj formi je potrebno da dostavim nacrt biznis plana?

Kako bi vam olakšali ovaj korak u tekstu ispod smo naveli uobičajena poglavlja koja sadrži dobro formiran biznis plan.

Potrebno je da nacrt biznis plana napravite u word formatu – ukupno do sedam strana za sva poglavlja.

1. Rezime

Rezime sadrži opis projekta i mora biti sažet tako da jasno prenosi suštinu preduzetničkog poduhvata. On je prvo što žiri vidi o vašem projektu. Rezime treba da bude dovoljno jasan da opiše osnovnu ideju i cilj projekta, ali i dovoljno inspirativan.

2. Tim i organizacija

Kvalitet tima, prethodno iskustvo članova i njihova posvećenost zajedničkom cilju jedan su od preduslova uspeha. Pored angažovanja kvalifikovanih ljudi za određeni posao jednako je važna i sinergija koju ti ljudi stvaraju radeći zajedno. Da bi se to desilo važno je da svako ima jasno definisanu ulogu i odgovornost u timu.

3. Proizvod / usluga

Deo koji se odnosi na proizvod i uslugu sadrži opis karakteristika samog proizvoda/usluge, problem koji se rešava ili potrebu tržišta, kao i glavne komparativne prednosti u odnosu na konkurentna rešenja. Objasnite u čemu je inovacija, šta je ono što vašu ideju čini originalnom na tržištu.

4. Marketing plan

Osnova dobrog marketing plana je istraživanje tržišta. Svaki proizvod ili usluga ima svoju konkurenciju koju treba upoznati kako biste mogli da formulišete sopstvenu strategiju konkurentnosti. Marketing plan sadrži podatke koji se odnose na kupce, konkurenciju i granu kojoj projekat pripada. Ovde je potrebno jasno definisati potrebe kupaca i videti ko su potencijalni korisnici proizvoda ili usluge (ciljna grupa).

5. Formulisanje strategije konkurentnosti

Marketing strategija bi trebalo da bude usmerena na klijenta kome je namenjen proizvod/usluga kako bi počeo da koristi baš vaše proizvode/usluge. Ona uključuje cenovnu strategiju, tržišno pozicioniranje i plan promotivnih aktivnosti. Svakako treba razmotriti i potencijalne partnere i druge koji bi mogli biti zainteresovani za saradnju i uspeh vašeg projekta.

6. Plan proizvodnje i operativni plan

Plan proizvodnje podrazumeva tehničko-tehnološku analizu i operativni plan koji obuhvata organizacione aspekte i plan aktivnosti u određenom vremenskom periodu kako bi se funkcionalan proizvod/usluga određenih karakteristika našao na tržištu.

7. Finansijski plan

Finansijski plan sadrži potreban iznos sredstava za finansiranje pokretanja opisanog projekta, način obezbeđivanja tih sredstava, zatim očekivani nivo prodaje odnosno prihoda, fiksnih i varijabilnih troškova i projekciju rezultata/profita u narednom periodu. Projekcija treba da pokaže da li je i u kojoj meri predloženi biznis model održiv.

8. Plan rasta i razvoja

Ovaj deo treba da pokaže perspektivu i potencijal koji stoji iza uspešno realizovane prve faze projekta. U planu rasta i razvoja predstavljaju se npr. sistemi za unapređenje poslovanja, ili novi proizvodi i usluge koje će preduzeće ponuditi tržištu nakon određenog vremenskog perioda, novi tržišni segmenti i slično.

9. Dodaci / prilozi

Prilozi i dodaci biznis planu mogu biti različiti statistički podaci u funkciji realizacije projekta, rezultati istraživanja, katalogi, reklamni materijal, cenovnici i drugo.