

2. Rzetelny biznesplan

Po podjęciu decyzji o branży, w jakiej będzie działać twoja firma, przygotuj biznesplan. W jasny i zrozumiały sposób przedstawi w nim swój pomysł na biznes. Określ też, czy chcesz działać samodzielnie, czy ze współnikami. Jeżeli potrzebujesz kredytu lub dofinansowania ze środków unijnych, biznesplan wykaże, że twój pomysł przyniesie zyski. Pomoże też pozyskać inwestorów.



Oceń pomysł

Biznesplan to sposób oceny twojego

pomysłu na działalność gospodarczą. Określa cele długoterminowe i krótkoterminowe, a także szacunkowe zyski i przybliżone koszty przedsięwzięcia. W ten sposób ocenisz, czy możesz coś poprawić i zmienić, by rozpocząć działalność, rozwijać ją i uzyskiwać stałe dochody. Przygotuj go według poniższych punktów.

- Scharakteryzuj firmę (podaj nazwę firmy, dane właścicieli, opisz cele i zasoby).
- Dokładnie opisz proponowany produkt lub usługę.
- Dokonaj analizy rynku (przedstaw sytuację w branży i na rynku lokalnym).
- Scharakteryzuj docelowych klientów.
- Opisz kompetencje swoje i zatrudnianych osób.
- Nakreśl plany marketingowe (w jaki sposób chcesz dotrzeć do klientów).
- Przedstaw prognozę przepływów pieniężnych oraz oceń ryzyko (np. co zrobisz, gdy zabraknie ci środków finansowych i jak planujesz pozyskać dodatkowe).
- Dokonaj analizy finansowej (prognozowanych przychodów i kosztów).
- Przedstaw analizę SWOT (mocne i słabe strony, szanse i zagrożenia dla twojego przedsięwzięcia).
- Przygotuj streszczenie (to jedna z najistotniejszych części planu – umieszczana jest zazwyczaj na początku i stanowi wizytówkę firmy).

Wszystko opisz dokładnie, w zwięzłej, atrakcyjnej graficznie formie i realnie oceń swoje możliwości.



Szczegółowo opisz produkt lub usługę

Zwrócić uwagę na cechy produktu (usługi), wyróżniające go na tle konkurencji:

- Cena (koszt produktu, ceny u konkurencji, możliwe rabaty, a także obecny i prognozowany udział w rynku).
- Sposób dystrybucji (w jaki sposób będziesz realizować zamówienia, czy będziesz korzystał z pomocy dostawców, pośredników, czy – jeżeli np. zdecydujesz się na sprzedaż sprzętu – planujesz usługi posprzedażowe, serwis).
- Opisz technologię wytwarzania (np. w wypadku sprzedaży warzyw ekologicznych opisz, gdzie i w jaki sposób są uprawiane) bądź sposób świadczenia usług (przyjmowanie zamówień, organizacja dostaw).



- Jeżeli masz patenty, opisz je szczegółowo.
- Jeżeli planujesz unowocześniać usługę, przyspieszyć realizację zamówień, także opisz, w jaki sposób.



Przedstaw strategię marketingową

Nawet najlepszy produkt czy usługa nie znajdą nabywców, jeżeli nikt o nich nie wie. Dlatego biznesplan powinien pokazywać, w jaki sposób zamierzasz informować o swojej firmie i do kogo z tą informacją dotrzeć.

Służy do tego strategia marketingowa oraz promocja i reklama.

Określ budżet reklamowy, planowane kampanie oraz działania PR. Jeżeli planujesz otwarcie zakładu fryzjerskiego w małej miejscowości, z pewnością pomyślisz o bannerach reklamowych i ulotkach, a jeżeli chcesz świadczyć usługi transportowe, może warto otworzyć stronę internetową, rozważyć dotarcie do lokalnej prasy czy rozgłośni bądź zdecydować się na sponsorowanie wydarzenia z udziałem miejscowej społeczności.



Dołącz harmonogram

- Wyznacz cele.
- Opisz, jak i kiedy będziesz je realizować.

Harmonogram powinien być planem twoich działań na najbliższe miesiące i lata – tym ogólniejszym, im bardziej odległa jest perspektywa.



Pamiętaj o analizie finansowej

Analiza finansowa uwzględni bilans zysków i strat i źródła finansowania twojego przedsięwzięcia. Określi też, w który momencie twoje przedsięwzięcie ma szansę przynosić zyski.

Pomyśl o załącznikach, które potwierdzą wyliczenia, takich jak wyniki badań rynkowych, dane patentowe, rekomendacje bądź referencje. Jeżeli planujesz wystąpić o kredyt do banku, myśl w kategoriach liczb. Im więcej przedstawisz danych potwierdzających twoje prognozy, tym lepiej. A może planujesz zwrócić się o środki unijne? Wówczas zwróć szczególną uwagę na formalną stronę prezentowanych dokumentów.



Nie zapomnij o analizie SWOT

Analiza SWOT pomoże ci uporządkować przedstawione dane, zidentyfikować mocne i słabe strony przedsięwzięcia, a także ocenić szanse i zagrożenia dla rozwoju biznesu.

Mocne strony to m.in. możliwości rozwoju firmy (otwierasz biuro tłumaczeń, a w okolicy nie ma tłumacza tego języka), cechy produktu (np. sprzedajesz żywność ekologiczną za cenę porównywalną do ceny żywności w supermarkecie), kompetencje zespołu (np. biuro rachunkowe udziela też porad prawnych), lokalizacja firmy (np. klubik dziecięcy znajduje się przy dużym osiedlu), dostępność usługi (masz zakład fryzjerski z dojazdem do klienta). Słabymi stronami mogą być np. niewielkie możliwości rozwoju firmy (w okolicy jest kilka biur tłumaczeń z jednego języka), brak zabezpieczeń finansowych (nie możesz inwestować), niskie zyski, niedogodna lokalizacja itd.



Przeanalizuj szanse i zagrożenia. Szansą dla twojej firmy może być np. niewielka konkurencja, uwzględnianie nowych trendów na rynku, możliwość ekspansji, rozwój usługi itd.

Biznesplan przygotuj nawet wówczas, gdy nie ubiegasz się o kredyty czy środki unijne ani nie planujesz pozyskać wspólników. Pomoże ci określić szanse na powodzenie twojego przedsięwzięcia. Przygotowanie biznesplanu nie jest zajęciem jednorazowym, należy go sporządzać cyklicznie – pomoże określić, czy realizacja wytyczonych celów przebiega zgodnie z założeniami.

Więcej informacji, przykładowy biznesplan na stronie www.biznes.gov.pl.

Znajdziesz tam także linki do publikacji Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Warszawie „Biznesplan w zarysie. Poradnik dla osób planujących założenie działalności gospodarczej”



oraz do publikacji Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości „Ocena szansy na biznes. Biznes Plan, jak go zrobić? Analiza SWOT”
poig.parp.gov.pl/files/74/107/417/750/20225.pdf

