

3. Weryfikacja biznesplanu



Jeżeli masz już przygotowany biznesplan, czas na jego weryfikację. Należy porównać stworzony wzorzec ze stanem faktycznym. Pomoże ci to dostosować działania tak, by przedsięwzięcie stało się jak najbardziej zyskowne.

Jeżeli panujesz działalność jednoosobową, biznesplan możesz zweryfikować samodzielnie lub zlecić to specjalistom. Jeśli zamierzasz otworzyć większą firmę, warto skorzystać ze wsparcia menedżera, księgowych, analityków, specjalistów od marketingu i finansów.

Prawidłowa weryfikacja powinna być obiektywna, bezstronna, profesjonalna i fachowa.

Pytania

Dokonując weryfikacji, warto sobie raz jeszcze odpowiedzieć na pytania:

- Jakie potrzeby klientów zabezpiecza dany produkt czy usługa?
- W jaki sposób może te potrzeby zaspokoić?
- Czym się wyróżnia?
- Jak duży jest rynek, na którym funkcjonuje przedsiębiorstwo?
- Kto będzie klientem?
- Jakie są cele ekonomiczne i marketingowe?
- Jaki kapitał jest niezbędny, by uzyskać dochód?
- W jakiej sytuacji firma może osiągnąć próg rentowności?
- Jakie są kompetencje i umiejętności pracowników?

Należy sprawdzić, czy plan jest wykonalny, tzn. czy poszczególne etapy przedsięwzięcia są celowe i można je wykonać w wyznaczonym czasie.

Właściwie przygotowany plan powinien zawierać trzy scenariusze (optymistyczny, realistyczny i pesymistyczny), uwzględniające różne warianty rozwoju sytuacji w firmie oraz wokół niej.

Osoba dokonująca weryfikacji sprawdza, czy biznesplan zawiera pełny opis działań oraz inwestycji, a także sytuacji na rynku. Analizuje, czy został opracowany według przyjętych norm i standardów.

Pamiętaj!

Biznesplan może się szybko zdezaktualizować. Wystarczy, że zmieni się sytuacja na rynku albo przybędzie ci konkurentów. Dlatego **przygotowanie biznesplanu nie może być działaniem jednorazowym. Należy go aktualizować w zależności od potrzeb** – co parę miesięcy czy lat. Zwłaszcza że porównanie kolejnych biznesplanów pozwala na określenie stopnia realizacji wyznaczonych celów.

A to ułatwia kontrolę i ocenę sytuacji firmy i możliwości jej rozwoju. Pomaga też odpowiedzieć na pytanie, czy trzeba coś zmienić, poprawić, a może rozszerzyć zakres usług, aby znaleźć swoje miejsce na rynku.

