

WZÓR BIZNES PLANU

SPIS TREŚCI

1. Charakterystyka realizatora przedsięwzięcia
2. Opis planowanego przedsięwzięcia
3. Informacje o produktach/usługach
4. Analiza marketingowa
 - 4.1. Rynek
 - 4.2. Odbiorcy
 - 4.3. Dostawcy
 - 4.4. Główni konkurenci
 - 4.5. Działania marketingowe
5. Harmonogram realizacji przedsięwzięcia
6. Plan finansowy
 - 6.1. Nakłady w ramach przedsięwzięcia i źródła finansowania inwestycji
 - 6.2. Planowane wpływy i wydatki

1. CHARAKTERYSTYKA REALIZATORA PRZEDSIĘWZIĘCIA

nazwisko i imię
adres zamieszkania/ adres do korespondencji
telefon
wykształcenie
stan cywilny
przebyte szkolenia
kwalifikacje i umiejętności przydatne do realizacji planowanego przedsięwzięcia
charakterystyka kontaktów pomocnych w planowanej działalności
informacje o posiadanym rachunku bankowym
stan majątkowy i finansowy

2. OPIS PLANOWANEGO PRZEDSIĘWZIĘCIA

nazwa projektu
rodzaj działalności (handel, produkcja, usługi)
przedmiot działalności
forma organizacyjno-prawna
forma rozliczenia z urzędem skarbowym
lokalizacja
charakterystyka planowanego przedsięwzięcia (w tym motywy założenia przedsiębiorstwa i krótkie uzasadnienie wyboru branży)
źródła finansowania projektu

3. INFORMACJE O PRODUKTACH/USŁUGACH

nazwa produktów/usług i ich charakterystyka (główne cechy, zalety, walory użytkowe)
zakres asortymentowy dla kogo przeznaczone będą produkty/usługi i jakie potrzeby będą zaspokajały
innowacyjność produktów/usług
czym oferowane produkty/usługi będą wyróżniały się spośród produktów/usług dostępnych na rynku
jaka będzie ich przewaga nad produktami/usługami konkurencyjnymi
w jaki sposób zapewniona zostanie jakość produktów/usług
czy występuje sezonowość

4. ANALIZA MARKETINGOWA

4.1. RYNEK

na jakim obszarze realizowana będzie sprzedaż produktów/usług (dzielnica, miasto, region, kraj, zagranica)
koszty i bariery wejścia na rynek
perspektywy i warunki utrzymania się na rynku
opis czynników decydujących o odniesieniu sukcesu na tym rynku (moda, ekologia itp.)
tendencje rozwoju rynku (rosnące, stabilizujące się, malejące)
rola wysokiej jakości w ocenie rynku

4.2. ODBIORCY

opis odbiorców produktów/usług (wiek, płeć, styl życia)
klienci indywidualni, hurtownicy (udział %)
określenie umiejscowienia klientów
preferencje i oczekiwania klientów

zagrożenia leżące po stronie klientów (przyzwyczajenia, zmiana gustów, mody)
przewidywana forma rozliczenia (gotówka, przelew)
wielkość popytu w stosunku do ofert firmy

4.3. DOSTAWCY

ilość dostawców
nazwa, lokalizacja
przewidywana forma rozliczenia (gotówka, przelew)
warunki dostaw, jakość i pewność dostaw
stopień zależności

4.4. GŁÓWNI KONKURENCI

ilość konkurentów opis głównych konkurentów obejmujący: nazwę, lokalizację, asortyment, pozycję (udział w rynku), szacowana wielkość sprzedaży, silne i słabe strony konkurencji
jaka będzie przewaga firmy nad konkurencją
potencjalni konkurenci (możliwość wejścia na rynek nowych firm)

4.5. DZIAŁANIA MARKETINGOWE

cele (co chcesz osiągnąć długofalowo i w ciągu najbliższego roku)
polityka cenowa (poziom cen, rabaty)
dystrybucja (w jaki sposób będzie odbywała się sprzedaż)
opakowanie
działania w sferze promocji i reklamy (w jaki sposób klienci będą informowani o produktach/usługach)
zachowania konsumentów (motywy, jakimi kierują się klienci np. cena, jakość, szerokość asortymentu, opakowanie, warunki gwarancji)
analiza SWOT

5. HARMONOGRAM REALIZACJI PRZEDSIĘWZIĘCIA

planowany termin rozpoczęcia i zakończenia prac
etapy realizacji przedsięwzięcia

6. PLAN FINANSOWY

6.1. NAKŁADY W RAMACH PRZEDSIĘWZIĘCIA I ŹRÓDŁA FINANSOWANIA INWESTYCJI

poniesione wydatki związane z realizacją przedsięwzięcia
przewidywane wydatki i źródła ich finansowania (środki własne, dotacje, pożyczki)

6.2. PLANOWANE WPŁYWY I WYDATKI wg Informacji finansowych inwestycji (załącznik nr W16 do instrukcji kredytowania klientów instytucjonalnych)