

BẢN KẾ HOẠCH KINH DOANH

1. Giới thiệu chung:

1.1 Đối tượng

1.2 Nhiệm vụ

1.3 Mẫu chốt cơ bản để thành công

2. Tóm tắt kinh doanh

2.1 Quyền sở hữu công ty

2.2 Tóm tắt khởi sự doanh nghiệp

Mô tả lịch sử của dự án – sản phẩm, thị trường, địa điểm, hình thức pháp lý, kế hoạch thực hiện & kế hoạch tài chính.

2.3 Các sản phẩm và dịch vụ

Tóm tắt sản phẩm/dịch vụ được chào bán/ cung cấp

2.4 Vị trí của công ty và các điều kiện thuận lợi

Địa điểm của doanh nghiệp là yếu tố cần thiết để giảm giá các chi phí hoặc tăng các cơ hội của các khách hàng dừng chân tại doanh nghiệp để xem các sản phẩm hoặc yêu cầu các dịch vụ của bạn. Địa điểm phụ thuộc vào các loại hình kinh doanh như bán lẻ, định hướng dịch vụ hoặc quan hệ sản xuất. Có một số yếu tố quan trọng để xem xét địa điểm cũng như tiếp cận nguồn nguyên liệu thô, tiếp cận thị trường và các kênh phân phối, các phương tiện sẵn có để vận chuyển, hiệu quả & giá lao động lành nghề rẻ...

3. Các sản phẩm và các dịch vụ

3.1 Mô tả sản phẩm và dịch vụ:

Mô tả vắn tắt về sản phẩm, kích cỡ, màu sắc, hình dáng và hàng loạt các sản phẩm được chào bán hoặc đặc điểm của dịch vụ được cung cấp. Giới thiệu công dụng, những lợi ích, dù đã là một sản phẩm/dịch vụ mới hoặc đã có.

3.2 So sánh sự cạnh tranh

Xác định cái gì sẽ làm cho sản phẩm/dịch vụ trở thành độc nhất trên thị trường. Liệu đó sẽ là một sản phẩm có chất lượng tốt hơn những sản phẩm đang có mặt hiện nay hay giá cả sẽ là một khác biệt đáng kể làm cho sản phẩm bán ra được dễ dàng hơn? Những đặc điểm sẽ làm cho sản phẩm khác với sản phẩm của các đối thủ cạnh tranh có thể là gì?

3.3 Ấn phẩm quảng cáo chào hàng

3.4 Tìm nguồn

Xác định các nguồn khác nhau về nguyên liệu thô và nhân công và khả năng sẵn có trong năm nhằm mục đích bảo đảm cho sự sản xuất liên tục. Dự tính những vấn đề có thể xảy ra với các nguồn và tìm kiếm các giải pháp.

3.5 Công nghệ

Xác định trang thiết bị máy móc cần thiết để sản xuất và dự tính những chi phí chính xác. Nhìn chung việc này sẽ tốt hơn nhiều nếu bắt đầu xây dựng với quy mô vừa phải, bắt đầu từ một tổ nhà nhỏ hoặc thậm chí thuê địa điểm và có trang thiết bị máy móc cần thiết tối thiểu. Chu kỳ sử dụng có ích của máy móc và các trang thiết bị phải được xem xét trong phần này, có tính đến khấu hao..

3.6 Các sản phẩm và dịch vụ trong tương lai

4. Phân tích thị trường

4.0 Tóm tắt

4.1 Phân đoạn thị trường

Mơ tả tồn cảnh địa lý (đó là nơi mà hầu hết các sản phẩm được bán ra) và nhóm mục tiêu cụ thể trong dân số thuộc khu vực đó.

4. 2 Phân tích ngành

4. 2. 1 Các thành viên tham gia đến ngành

Xác định khách hàng mục tiêu rõ ràng, có thể cũng như các tính cách của họ và hồ sơ về tuổi tác, giới tính, thu nhập, thực tiễn mua hàng, các kênh tiêu dùng, cách sống và thị hiếu nhằm mục đích đảm bảo rằng sản phẩm cần thiết phù hợp với nhu cầu và cũng như những mong muốn của họ. Nếu họ là các tổ chức khác hoặc các doanh nghiệp, khối lượng tiêu dùng của họ và tiến trình tạo ra quyết định trong việc mua sản phẩm và thanh toán cũng nên được xem xét đến.

4. 2. 2 Các kiểu phân phối.

Lựa chọn kênh phân phối đạt kết quả nhất về sản phẩm/dịch vụ xem xét sản phẩm/dịch vụ nên được trực tiếp bán cho các khách hàng hay bán thông qua trung gian.

4. 2. 3 Các kiểu cạnh tranh và mua hàng

4. 2. 4 Các đối thủ cạnh tranh chính

Miêu tả những đối thủ cạnh tranh hiện có mặt trong khu vực thị trường, điểm mạnh, điểm yếu, tầm quan trọng của họ đối với doanh nghiệp của bạn

4. 3 Phân tích thị trường

5 Chiến lược và việc thực hiện

5. 0 Tóm tắt

5. 1 Chiến lược Marketing

Hình thành chiến lược marketing nghĩa là lập kế hoạch phù hợp, cân đối và hợp nhất chiến lược sản phẩm của doanh nghiệp, chiến lược giá cả, chiến lược phân phối và chiến lược quảng cáo. Đây là sự cần thiết cho một doanh nghiệp mới nhằm mục đích bước vào thị trường xác định và cạnh tranh nhiều hơn là các doanh nghiệp hiện có.

5. 1. 1 Thị trường mục tiêu và phân đoạn thị trường

5. 1. 2 Chiến lược giá cả

Lựa chọn chiến lược giá cả thích hợp mới vì đây là yếu tố quan trọng nhất cho sự thành công của doanh nghiệp

5. 1. 3 Chiến lược hỗ trợ

Quảng cáo là cần thiết để hấp dẫn và thuyết phục người mua để mua sản phẩm của bạn và không mua của các đối thủ cạnh tranh của bạn nhằm mục đích đạt được những doanh thu dự tính. Hỗ trợ bán hàng nói chung được chia thành quảng cáo, hỗ trợ bán hàng, ấn phẩm và bán hàng cho cá nhân. Cần phải xem xét kỹ ngân sách chi cho hỗ trợ trong kế hoạch kinh doanh.

5. 1. 4 Chiến lược phân phối

Xác định người trung gian tiềm năng để liên hệ nhằm mục đích đạt được doanh thu chỉ tiêu

5. 1. 5 Chương trình marketing

5. 2 Chiến lược bán hàng

5. 2. 1 Dự báo bán hàng

Dự tính doanh thu chỉ tiêu trong tháng và hàng năm trên cơ sở tối thiểu là 5 năm tiếp theo. Đây là một yếu tố chính của kế hoạch kinh doanh. Thực tế hơn, đó là sự chính xác hơn những dự tính khác có thể.

5. 2. 2 Kế hoạch bán hàng

5. 3 Liên minh các chiến lược

5. 4 Dịch vụ và hỗ trợ

Mơ tả dịch vụ phụ được chào bán hàng cùng các sản phẩm/dịch vụ chính nhằm thoả mãn các nhu cầu khác của khách hàng.

5. 5 Các điểm mấu chốt quan trọng

Quản lý

6. 0 Tóm tắt

6. 1 Cơ cấu tổ chức

Xác định rõ một hình thức đăng ký kinh doanh hợp pháp của doanh nghiệp khi đăng ký kinh doanh dựa chủ yếu vào kinh nghiệm chủ sở hữu trong quản lý kinh doanh và khía cạnh chuyên môn. Chuẩn bị một sơ đồ tổ chức mà trong đó từng chức năng được minh họa cụ thể.

6. 2 Nhóm quản lý

Mơ tả nhân sự chủ chốt trong nhóm quản lý về mặt hiểu biết, kinh nghiệm quan hệ kinh doanh, trình độ học vấn và trách nhiệm của họ trong kinh doanh

6. 3 Sự khác biệt của nhóm quản lý

6. 4 Kế hoạch nhân sự

Dựa vào biểu đồ tổ chức xác định kế hoạch để thuê nhân sự cần thiết, chuẩn bị phần miêu tả công việc, các tiêu chí để lựa chọn, tiền thù lao và các phụ cấp khác cho nhân viên.

6. 5 Xem xét các phần quản lý khác

7. Kế hoạch tài chính

7. 1 Những giả định quan trọng

Đưa ra những điều kiện quan trọng mà thiếu chúng phần kế hoạch tài chính có thể bị thất bại.

7. 2 Các chỉ số tài chính cơ bản

7. 3 Phân tích điểm hòa vốn

Điểm hòa vốn là mức sản xuất mà ở đó doanh nghiệp không thu được lợi nhuận hoặc cũng không bị lỗ. Sản xuất trên mức này sẽ có lãi và sản xuất dưới mức này sẽ làm doanh nghiệp bị lỗ. Điểm này có thể được tính toán bằng giá trị sản lượng sản xuất, tỉ lệ % hoặc doanh thu.

7. 4 Lỗ lãi dự kiến

Bản báo cáo lãi, lỗ cho biết kết quả của hoạt động kinh doanh trong một thời gian nhất định (tháng hoặc năm). Nó có thể được tính bằng cách lấy doanh thu trừ đi các chi phí hoạt động trong cùng thời gian.

7. 5 Dự kiến lưu chuyển tiền mặt

Báo cáo lưu chuyển tiền mặt trong doanh nghiệp cho biết các nguồn (đầu vào) và việc sử dụng (đầu ra) tiền trong kinh doanh của năm đó. Bằng cách lập kế hoạch về lưu chuyển tiền mặt của doanh nghiệp, bạn sẽ dự tính được khi nào bạn cần một khoản tiền mặt bổ sung và

khi nào bạn có thể có thêm một khoản tiền dư. Nếu bạn vay từ ngân hàng thì họ sẽ phải biết kế hoạch lưu chuyển tiền mặt của bạn.

7. 6 Bản dự tính cân đối kế toán

Bảng cân đối kế toán là báo cáo tài sản (tích sản) và trái vụ nghĩa vụ tài chính, đưa ra một bức tranh về tài chính của doanh nghiệp tại một thời điểm nhất định, ví dụ vào cuối năm

7. 7 Tỷ lệ kinh doanh

Trong phần cuối của kế hoạch kinh doanh, cần thiết phải kiểm tra tính khả thi của dự án về mặt tài chính. Liệu lợi nhuận của năm đầu tiên có đủ để trả nợ và hoàn trả lãi suất không? Điều gì xảy ra với khả năng sinh lời dự kiến nếu chi phí nguyên liệu thô tăng 10%? Cái gì nếu dự toán doanh thu chỉ có 80% là hiện thực? Doanh nghiệp có thể phải có nghĩa vụ trả lãi bằng tiền mặt hàng tháng? Các tỷ lệ tài chính khác nhau được sử dụng để trả lời tất cả các vấn đề như vậy.