



## بیزینس پلن

اغلب افرادی که درصدد راه اندازی کسب و کار جدیدی هستند و به منظور مشاوره به مشاوران بازاریابی مراجعه می نمایند، دنبال یافتن پاسخی برای سوالات زیر هستند:

- آیا کسب و کار انتخابی آن ها انتخاب مناسبی است؟
- آیا آن ها در این کار موفق خواهند شد؟
- آیا مشتریان محصول آن ها را خواهند خرید؟
- چه کارهایی را برای موفق شدن باید انجام دهند و چه کارهایی را نباید؟
- از کجا شروع کنند؟
- چگونه برای محصول یا خدمت خود بازاریابی نمایند؟
- چگونه آن را به فروش برسانند؟

طرح تجاری تعریف شما از شرکت و پیش بینی آینده آن است و به سوالات مهم زیر پاسخ می دهد که:

- موضوع کار شرکت جدید چیست؟
- چه آینده ای در پیش رو دارد؟
- ایده ها و روش های شمار برای راه اندازی شرکت چیست؟

### چشم انداز

چشم انداز یعنی شما چه تصویری از آینده شرکت خود دارید.

برای چشم انداز شرکت خود یک فضای دور، ایده آل و هیجان انگیز را توصیف کنید و برای این کار به سوال های زیر توجه کنید:

- ویژگی های یک شرکت خوب و تحسین بر انگیز از نظر شما چیست؟
- می خواهید در کارتان چگونه باشید و چگونه نباشید؟
- چه وعده هایی به خود می دهید؟
- رویای انجام چه کارهایی را دارید؟
- با انجام این کار چه شوقی را در خودتان ارضا می کنید؟

### ماموریت

ماموریت یعنی این که شرکت شما دقیقاً چه کاری را می خواهد انجام دهد؟ چرا این شرکت را راه می اندازید و می خواهید به چه نیازی پاسخ دهید و اساساً چرا باید شرکت شما وجود داشته باشد؟



برای مشخص شدن دقیق مامویت شرکت به سوال های زیر پاسخ دهید:

– محصول یا خدمت شما چیست؟ چند ویژگی مهم آن را بنویسید؟

– محصولات شما چه خصوصیتی نباید داشته باشد؟

– مشتری شما چیست؟

– مهم ترین ویژگی های مشتری ایده آل شما چیست؟

– می خواهید مشتری شما چه کسی نباشد؟

– فعالیت شرکت شما چیست و محیط کاری آن چگونه است؟

– چرا مشتریان کالای شما را می خرند؟

– شرکت شما متعهد شده برای مشتریان چه کند؟

### اهداف

هدف یعنی یک نتیجه کاملاً معلوم و قابل اندازه گیری. با نوشتن اهداف معلوم می شود که شما دقیقاً دنبال چه هستید.

اهداف مالی یا بازاریابی (فروش) دو دسته بندی مهم در تدوین اهداف یک شرکت است.

### استراتژی ها

استراتژی ها یعنی چگونه می خواهید به اهداف خود برسید؟ البته منظور این نیست که کارها و روش هایتان را به تفصیل بیان کنید

بلکه به صورت کلان بگویید که چه چیزهایی باعث موفقیت شما می شوند؟

تدوین استراتژی به زبان ساده کار سختی است اما پاسخ به پرسش های زیر به تدوین یک استراتژی خوب کمک می کند.

– چه عواملی بر پیشرفت شرکت من تاثیر مثبت دارند؟

– چگونه می توانم آنها را تقویت کنم؟

– چه عواملی کار آمد نیستند یا تاثیر منفی دارند؟

– چگونه باید این مشکلات را حل و فصل کرد؟

### برنامه ها

برای رسیدن به اهداف دقیقاً چه کارهایی باید انجام دهید؟ جواب شما در برنامه هایتان نهفته است. در برنامه ریزی همیشه جداول

هزینه و زمان بندی نیز وجود دارد.

برای نوشتن برنامه های شرکت یک جدول بکشید و اول اهداف کلی را نوشته و سپس آن را به اهداف کوچکتر تقسیم بندی و نهایتاً در

ستون های مقابل هر هدف زمان و هزینه لازم و مسئول پیگیری آن را مشخص نمایید.

### جمع بندی



اگر بخواهیم اصول پنج گانه یادشده را در پنج سوال خلاصه نماییم آنها به شرح زیر هستند:  
شرکت ما دقیقا چه کاری می خواهد انجام دهد؟  
تصور ما از آینده شرکت چیست؟  
چه هدف هایی داریم؟  
چگونه می خواهیم به آنها برسیم؟ (با چه زمانبندی هزینه و سیستم اجرایی؟)  
چه عواملی باعث موفقیت یا عدم موفقیت ما می شود؟  
اجزای طرح تجاری

با دانستن موارد فوق می توان جهت نوشتن نهایی طرح تجاری آماده شده یک طرح تجاری معمولا از ۱۰ قسمت تشکیل شده است که در ادامه به طور خلاصه به آنها می پردازیم:

#### ۱- خلاصه

تمام کسانی که طرح تجاری شما را خواهند خواند دوست دارند خلاصه ای را در ابتدا مشاهده کنند. این خلاصه نباید بیش از ۳ صفحه باشد.

خلاصه باید بتواند دید خوبی نسبت به آنچه در کل طرح آمده به خواننده بدهد. جملاتی که در خلاصه می آید باید بتواند فرصت های بازار، نیازهای مالی و برنامه های شرکت را نشان دهد و سرمایه گذاران را به خواندن ادامه طرح ترغیب نماید.

#### ۲- توصیف شرکت

در این قسمت نام شرکت، زمینه فعالیت، وضعیت کنونی و جهت گیری آینده، پروژه های در حال اجرا یا آتی و منافع آنها، مزایای رقابتی شما نسبت به رقبا و اسرار تجاری شما خواهد آمد.

#### ۳- بازاریابی

تهیه این بخش یکی از مهم ترین و سخت ترین کارهاست.

شما باید بتوانید خواننده را متقاعد کنید که بازار خوبی برای محصولات یا خدماتتان وجود دارد. بیش بینی فروش در این قسمت انجام می شود که مبتنی بر تحقیقات بازاریابی است که شما انجام داده اید.

بخش های مختلف این قسمت می تواند به شرح زیر باشد:

- تعریف بازار محصول شما

- مشتریان بالقوه و بالفعل شما



- پیش بینی فروش برای حداقل سه سال آتی
- عوامل تاثیر گذار در بازار شما (تحولات صنعت، نوسانات اقتصادی، اجتماعی و سیاسی، تغییرات جمعیتی، سیاست های دولت و...)
- خلاصه ای از روند تحولات گذشته بازار
- (فراموش نکنید که رشد فروش شرکت باید با رشد صنعت مربوطه متناسب باشد)

#### ۴- مکان

محل شرکت را معمولا بر اساس پارامترهای زیر مشخص می کنند:

- در دسترس بودن نیروی کار
  - نسبت دستمزد
  - نزدیکی به منابع و مشتری
  - حمایت های اجتماعی
  - امتیازهای مالیاتی
  - نیازهای منطقه ای
  - حمایت های بانکی
  - تامین کنندگان و نزدیکی به آنها
  - هزینه های حمل نقل
- در این بخش می بایست در رابطه با امکانات کارگاه، انبار و دفتر کار و تجهیزات مورد نیاز مانند ابزار آلات، ماشین آلات، کامپیوتر و وسایل نقلیه نیز بحث نمایید.

#### ۵- مدیریت

سوابق و تجربیات اعضای مدیریتی سیستم از نکاتی است که برای خوانندگان طرح تجاری بسیار مهم است. این بخش را طوری تهیه کنید تا نشان دهید افراد انتخابی شما برای این کار شایسته اند و می توانند سودآوری شرکت را تضمین کنند.

در این بخش می بایست موارد زیر را نیز تهیه نمایید:

- ساختار سازمانی
- تصمیم مدیریت و کارکنان مهم
- تجارت و قابلیت فنی هر یک از کارکنان
- ساختار مالکیت و پرداختها
- مشاوران

#### ۶- مالی



بخش مالی طرح تجاری باید امکان ادامه حیات شرکت را نشان دهد. بخش شامل سه عنصر اصلی است:

– بودجه

– صورت حساب در آمد

– بیلان نقدینگی

الف) بودجه

در این بخش وضعیت مالی شرکت در طول یک دوره مشخص برآورد می شود که معمولا برای سه سال اولیه شرکت است. در آن منابع مورد نیاز برای فعالیت آتی شرکت و نحوه تامین آنها مشخص می شود.

ب) صورت حساب در آمد

صورت حساب در آمد نیز سود و زیان پیش بینی شده را نشان می دهد. پیش بینی فروش که در بخش بازاریابی محاسبه شده بود در این بخش کاربرد دارد. بخش های زیر را می توان در این بخش گنجانده:

– پیش بینی فروش

– هزینه های تولید شامل مواد اولیه، نیروی کار، مخارج کلی تولید (ثابت و متغیر)

– هزینه های نگهداری و انبار داری

– توزیع

– تبلیغات

– تخفیفات

– دستمزدها

– مالیات

– اجاره

– برق و آب و گاز و تلفن و...

پ) بیلان یا صورت حساب نقدینگی

این بخش مقدار و زمان پول های ورودی و خروجی را مشخص می کند. یکی از مهم ترین بخش های مالی، نحوه تامین اعتبار اضافی برای شرکت است. آخرین سند بخش مالی جدول مقایسه دخل و خرج است که نشان دهنده سطح فروش و تولید لازم برای پوشش هزینه ها است.

با توجه به تخصصی بودن این بخش حتما از مشاوران مالی برای تدوین آن کمک بگیرید.

۷- مهمترین خطرات



در هر صنعت و کاری اتفاقاتی به وقوع می پیوندد که هر چقدر آنها را از قبل شناسایی کرده باشیم در مقابله با آنها موفق تر خواهیم بود مواردی از قبیل:

- تغییرات ناخواسته در صنعت
- فراتر رفتن هزینه های طراحی و تولید
- ورود رقبای جدید
- مشکلات خرید
- شگسته شدن قیمت توسط رقا
- اشتباه در آمدن پیش بینی های بازار
- نرسیدن به اهداف فروش
- متلاشی شدن گروه مدیریت

حتما برای موارد فوق راه حل هایی در ذهن داشته باشید، چون این قسمت می تواند توان مدیریتی شما را در مواجهه با مشکلات نشان دهد.

#### ۸- استراتژی های توسعه

هر طرح تجاری باید نگاه جدی به آینده داشته باشد. نقشه هایی را که برای توسعه کارها کشیده اید در این بخش با سرمایه گذاران مطرح کنید.

رسیدن به اهداف ایده آل گرایانه یک برنامه مکتوب می خواهد که استراتژی نامیده می شود.

#### ۹- زمانبندی اهداف

در این بخش زمان پیش بینی شده برای دستیابی به هر کدام از اهداف اصلی و فرعی با کمک یک جدول زمان بندی به اطلاع سرمایه گذاران می رسد. در تهیه آن ها محدودیت ها و ارتباط منطقی بین اهداف را فراموش نکنید. برخی از فعالیت ها که می بایست به عنوان اهداف پروژه برای آن ها جدول زمان بندی تهیه کنید عبارتند از:

طراحی محصول، تشکیل تیم مدیریت، پیش بینی فروش، برنامه ریزی تولید، تکمیل طرح های اولیه، استخدام نمایندگان فروش، امضای قرارداد با نمایندگان و تامین کنندگان، دریافت اولین سفارش، اولین فروش و اولین تحویل ها.

#### ۱۰- پیوست و فهرست مراجع

در این بخش می توانید اسنادی را که برای ارائه در متن اصلی طرح مناسب نبوده ارائه کنید، نمودارها، اصلاحات مالی، سوابق (رزومه) افراد و هر گونه اصلاحات تکمیلی دیگر را می توانید در این بخش بیاورید.

#### باورهای غلط

اگر هر یک از تفکرات اشتباه زیر به سراغتان آمد آنها را بی درنگ دور بریزید.

- یک طرح تجاری خوب حتما باید طولانی باشد.

- برای نوشتن طرح نمی توانیم از دیگران مشورت بگیریم.



– به اصلاحات و نظرات دیگران نیاز ندارم.

– نوشتن طرح دقت و وقت زیادی می برد بهتر است دل به دریا بزنم و کار را شروع کنم.

– کاری که می خواهم شروع کنم کوچک است و نیازی به طرح ندارد، طرح تجاری مال شرکت های بزرگ است.

– من که می دانم چه کاری را می خواهم انجام دهم پس نیازی به نوشتن طرح ندارم.

– من آنقدر پول دارم که یک مشاور بگیرم تا این برنامه را برای من بنویسد و خودم دنبال کارهای دیگر بروم.

پرهیز از دام های رایج

شما معمولاً پنج دام بر سر راه خود دارید که به شدت باید از آنها پرهیز کنید زیرا سرمایه گذاران نیز آنها را به خوبی می شناسند و نسبت به آنها عکس العمل

منفی نشان می دهند

۱- اهداف غیر واقع بینانه

اهداف غیر قابل دسترس، عدم ارائه محدودیت زمانی برای انجام کارها و عدم اولویت بندی کارها را می توان به عنوان برخی از اهداف غیر واقع بینانه

دانست

۲- پیش بینی نکردن موانع

نادیده گرفتن مشکلات آینده، نپذیرفتن ضعفها و عیب های برنامه و عدم پذیرش تغییرات برنامه از جمله این موانع هستند.

۳- عدم تعهد

بسیاری از افراد، کار در شرکت جدید را به عنوان کار تفریحی یا نیمه وقت شروع می کنند پس تعهد کمتری دارند بنابراین شما به جبران آن سعی کنید زیاد

کار کنید، کارها را به تعویق نیندازید، در تمامی قرارهای شغلی حضور بیابید و از همه مهمتر در شرکت شخصا سرمایه گذاری کنید.

۴- کم تجربگی

کم تجربگی باعث تفکرات بلند پروازانه می شود، با مشاوره گرفتن از افراد مجرب سعی کنید آن گونه اندیشه ها را از خود دور کنید.

۵- نبود بازار مناسب

خیلی ها ایده های را پیشنهاد می کنند بدون این که در مورد مشتریان بالقوه آن فکر کنند. مطمئناً علاقه شما به محصولاتتان باعث نمی شود که دیگران بابت آن

پولی بپردازند. پس حتماً برای محصول خود یک بخش از بازار را هدف قرار دهید و شواهدی بیاورید که محصول شما نیاز این بخش را برآورده می کند.

جمع بندی

برای آخرین بار به طرحتان نگاهی بیندازید و به نکات زیر توجه کنید:

– آیا واژه ها و عباراتی که استفاده کرده اید ضرورت و سودآوری طرح را می رسانند؟

– آیا نوشته اید که چطور و با چه استراتژی هایی می خواهید کار را شروع کنید؟

– آیا واژه های غیر ضروری را حذف کرده اید و جملاتی هستند که بشود آنها را حذف کرد؟

– عبارات مهم را درشت تایپ کنید.

– بعد از نوشتن نظرات دوستان، همکاران و مشاوران را بگیرید.