

Az üzleti terv felépítése, részei (üzleti terv minta)

A terv részeinek a készítési sorrendje:

A alább látható az üzleti terv felépítése. A terv első részét, a Vezetői összefoglalót kell legutoljára megírni. Ez egy rövid összefoglaló magáról a tervről. A terv többi részének a megírásakor törekedjünk arra, hogy az egyes részek egymásra épüljenek, ne legyenek logikai bukfencek.

Az üzleti terv részei:

- 1.) Vezetői összefoglaló
- 2.) A vállalkozás általános bemutatása
- 3.) Marketing Terv
- 4.) Működési terv
- 5.) Vezetőség és szervezeti felépítés
- 6.) Pénzügyi terv
- 7.) Mellékletek

I. VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ

- A vállalkozás rövid bemutatása, története. Cég hitvallása, filozófiája.
- Termékek, szolgáltatások rövid bemutatása.
- A vállalkozás piacon elfoglalt helye, versenytársak, piaci helyzetelemzés. Célpiacok. Marketing stratégia.
- A vállalkozás felépítése, működése. Önálló vállalkozás-e, franchise, leányvállalat? Kik a fő beszállítók.
- A közeljövőt érintő célkitűzések, intézkedések, amiket meg kell tenni.
- A vállalkozás pénzügyi helyzete. Miért van szükség tőkebevonásra? Hogyan kerül felhasználásra?

II. A VÁLLALKOZÁS ÁLTALÁNOS BEMUTATÁSA

1.) A vállalkozás alapadatai

- működési forma: önálló cég, franchise, leányvállalat, egyéb
- tulajdonosok (név, cím)
- törvényes képviselők (név, cím)
- a vállalkozás pontos neve
- a vállalkozás székhelye, telephelyei
- a vállalkozás mikor lett bejegyezve
- a vállalkozás fő tevékenysége
- a vállalkozás melléktevékenységei
- elérhetőségi adatok (telefon, fax, internet cím, e-mail cím, postacím)
- a vállalkozás könyvvezetését végző cég neve
- a vállalkozás jogi képviseletét ellátó cég neve
- egyéb, a vállalkozás működése szempontjából fontos tanácsadó cégek neve

2.) A vállalkozás története

a) már működő vállalkozás esetén:

- a vállalkozás alapításának ideje és oka, mi céllal jött létre
- cégfilozófia, a vállalat küldetése
- a működésének története, áttörő sikerek, mélypontok
- díjak, szakmai elismerések
- folyamatban lévő fejlesztések, jövőre vonatkozó célkitűzések

b) most induló vállalkozás esetén:

- rögzíteni kell, hogy az üzleti terv megírását mi ösztönözte:
hitelfelvételi kérelem, befektető keresése, pályázat elnyerése, egyéb
- miért érne meg a befektetőnek, hitelnyújtónak stb. a vállalkozás támogatása,
hogyan profitálhat belőle
- cégfilozófia, a vállalat küldetése, mit szeretne elérni

III. MARKETING TERV

1.) Ágazati áttekintés

- az iparágat érintő társadalmi változások
- technológiai változások, újítások
- politikai környezet, jogszabályi keretek változása
- demográfiai változások
- gazdasági változások (makrogazdasági mutatók, kamatlábak, adók, lakossági fogyasztások és megtakarítások)
- környezeti változók (időjárás, nyersanyagok, környezetszennyezés, környezetvédelem)
- az iparágban tapasztalható trendek, azok hatása a vállalkozás tevékenységére, eredményességére
- új vállalkozás esetén mennyire nehéz belépni a piacra, a már jelenlévő szereplők mennyire akadályozhatják a belépésünket, milyen magas költségekkel járhat ez

2.) Termékek, szolgáltatások

- a vállalkozás által kínált termékek és szolgáltatások fő jellemzői
- milyen érték többlettel bír a termék / szolgáltatás a vásárló számára
- hová vannak a termékek / szolgáltatások pozicionálva a versenytársakéhoz képest
- miben különböznek a saját termékek / szolgáltatások a már piacon lévő hasonló termékektől / szolgáltatásoktól
- mennyire volt eddig sikeres a saját termék / szolgáltatás vagy a piacon lévő hasonló termék / szolgáltatás
- további információk a vállalkozás által kínált termékekről, szolgáltatásokról:
fotók, technikai specifikációk, diagramek,

3.) Piaci szegmentáció

a) a célcsoport demográfiai jellemzői:

- életkor
- anyagi helyzet / jövedelem
- nem

- családi állapot
- eltartottak száma
- foglalkozás
- lakóhely
- átlagosan milyen értékben vásárol (Ft)
- vásárlások gyakorisága

b) a célcsoport pszichológiai jellemzői:

- a célcsoport által követett életmód rövid leírása
- milyen életmódbeli igényeket elégítenek ki a vállalkozás által kínált termékek / szolgáltatások
- mik a célcsoport vásárlási döntéseit legjobban befolyásoló tényezők
- a piacon növekedés, csökkenés vagy stagnálás tapasztalható-e
- mekkora a célpiac mérete
- a célpiac hány százalékát tudja megszerezni a vállalkozás fél éven belül
- a célpiac hány százalékát tudja megszerezni a vállalkozás 5 éven belül
- léteznek-e másodlagos célpiacok a vállalkozás számára (ha igen, mik a jellemzői)

4.) Versenytársak vizsgálata

A legnagyobb versenytársak elemzése a következő szempontok szerint:

- a versenytárs által kínált termékek / szolgáltatások leírása
- a versenytárs célcsoportjának körülírása, jellemzése
- a versenytárs célcsoportjának vásárlási szokásai
- a versenytárs árpolitikája, milyen árakkal dolgozik
- a versenytárs marketing, reklámtevékenysége
- a versenytárs erős és gyenge pontjai: miben jobbak ők és miben rosszabbak
- mik azok a tényezők, amikkel át lehetne csábítani a versenytárs vásárlóit
- mióta van a versenytárs a piacon, milyen a renoméja
- kik a versenytárs beszállítói
- milyen értékesítési csatornákat használ a versenytárs

5.) Marketing Mix

a) Promóció:

- online hirdetési módok
- szórólapok
- a vállalkozás által kiírt pályázatok, versenyek (PR)
- DM levél
- hirdetés a nyomtatott sajtóban
- rádióban
- televízióban
- személyes eladás
- szponzoráció
- merchandising
- eladásösztönző akciók (ingyen termékminta, "egyét fizet, kettőt kap" stb)

b) Disztribúció:

- a vállalkozás területi elhelyezkedés

- marketing szempontból milyen előnyökkel bír a választott helyszín
- disztribúciós szempontból milyen előnyökkel bír a választott helyszín
- milyen költségvonzatai vannak a jelenlegi értékesítési módnak
- a vállalkozás telephelyén kívül milyen módokon történik még az értékesítés
 - online
 - kereskedelmi hálózatokban
 - disztribútorokon keresztül
 - közvetítőkön keresztül
 - személyes eladással
 - egyéb

c) Ár:

- a vállalkozás által használt árképzési elvek
 - költségelvű árképzés
 - kereslettől függő árképzés
 - versenytársakhoz igazodó árképzés
- árdiferenciálás (felárak, árengedmények)
- mekkora a célcsoport árérzékenysége (alacsony, közepes, magas)
- a kínált termékeknel / szolgáltatásoknál milyen az ár-minőség viszonylat

d) Termékek / szolgáltatások:

- a kínált termékek / szolgáltatások típusa
- a termékéletgörbe melyik szakaszában helyezkednek el (bevezetés, növekedés, érettség, hanyatlás)
- milyen termékfejlesztések folynak a vállalkozásnál
- a vállalkozás által kínált termékek / szolgáltatások egymáshoz való viszonya
 - azonos igényeket kielégítő termékek / szolgáltatások
 - egymást kiegészítő termékek / szolgáltatások
 - egymástól eltrő igényeket kielégítő termékek / szolgáltatások
- alkalmazott termék - piac stratégiák:
 - piackiáknázás
 - piacfejlesztés
 - termékfejlesztés
 - diverzifikáció
 - termékkivonás a piacról
- a termékfejlesztések ütemezése
- a vállalkozás által kínált termékek / szolgáltatások milyen előnyöket nyújtanak a vásárlók számára

IV. MŰKÖDÉSI TERV

1.) Fejlesztési elemzés

- a termékek / szolgáltatások fejlesztése milyen stádiumban van
- mikorra várható a fejlesztés befejezése
- a befejezésig milyen akadályokat kell leküzdenie a vállalkozásnak
- milyen feladatok várnak még elvégzésre
- kik vesznek részt a vállalkozáson kívül a fejlesztésben (alvállalkozó, partnercég)
- a szabadalmaztatás megoldása, a szabadalmi jogok levédése

2.) Gyártási terv

- a vállalkozás fő beszállítói
- a beszállítók osztályozása (ár, szállítási feltételek, megbízhatóság)
- milyen gyártási eljárásokat alkalmaz a vállalkozás
- a gyártási / előállítási folyamat rövid bemutatása
- a gyártási folyamathoz kapcsolódó költségek felsorolása
- mik a kutatási és fejlesztési folyamatokhoz kötődő költségek és határidők
- milyen eszközigénnyel jár együtt a termékek / szolgáltatások előállítása
- milyen helyigénnyel jár együtt a termékek / szolgáltatások előállítása (raktár, gyárüzem)
- alvállalkozók részt vesznek-e a gyártási folyamatban
- milyen szervízhálózatot működtet a cég
- jár-e terméktámogatás a termékekhez / szolgáltatásokhoz

V. VEZETŐSÉGI ÉS SZERVEZETI FELÉPÍTÉS

1.) Vezetőség, tisztségviselők

- kik a vállalkozás alapítói
- kik az aktív befektetők
- kik azok az alkalmazottak, akik kulcsfontosságú szerepet játszanak a vállalkozás életében
- kik az igazgatók
- van-e tanácsadó testülete a vállalkozásnak
- kik a külső / belső tanácsadók: jogi képviselő, könyvvizetés, pénzügyi tanácsadó
- ábra mellékelése a szervezeti sémáról

2.) Személyzeti politika és stratégia

- az alkalmazottak felvételének az ütemezése
- milyen módszert használ a vállalkozás az alkalmazottak kiválasztásánál
- igénybe vesz-e vállalkozás külső céget az alkalmazottak kiválasztásában
- milyen javadalmazási rendszert alkalmaz a vállalkozás
- létezik-e munkaerőképzés a vállalkozásnál

VI. PÉNZÜGYI TERV

A pénzügyi tervben az alábbi kimutatásokat szokás szerepeltetni:

- költségvetési terv (korábbi éveknél tervezett és tény adatok összehasonlítása)
- cash-flow kimutatás
- eredménykimutatás
- mérleg
- induló költségek felsorolása
- működő költségek felsorolása
- grafikon készítése a fedezeti pontról, megtérülési pontról
- pénzügyi mutatók szerepeltetése

VII. MELLÉKLETEK

A mellékletekben szerepeltethetünk grafikonokat, táblázatokat, fotókat a termékekről, technikai specifikációkat, a vezetőség életrajzát és minden olyan egyéb anyagot, ami kapcsolódik az üzleti terv anyagához, és azt illusztrálja.