

БИЗНЕС ПЛАНИРАНЕ

Или как успешно да стартираме своята бизнес идея

Какво е бизнес план

- Идея
- Цел и Визия
- Стратегия
- Анализ
- Коректив
- Средство за комуникация
- Картина

За какво е необходим

- Бизнес планът е в основата на успешното реализиране на проект или идея
- БП трябва да дава отговори на повечето въпроси за които се сецваме когато мислим за нашата идея
- Трябва да отговаря на въпроса “Какво правим по-добре, по-евтино или по-бързо” от останалите участници на пазара
- Какво търси пазара
- Какви ресурси са ни необходими и кога (човешки, финансови и т.н.)
- Какви са рисковете и възможните пречки

За какво е необходим

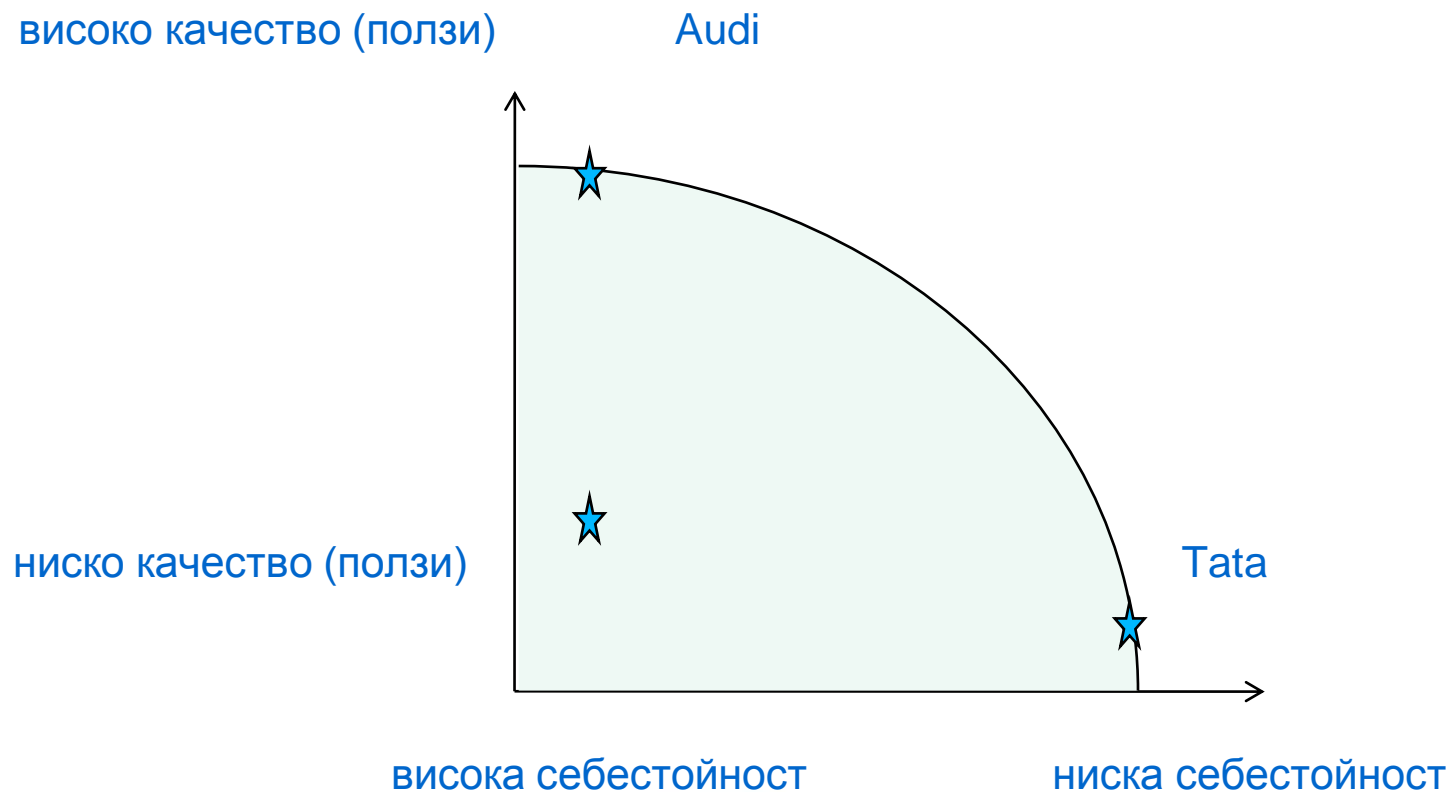
- БП ни помага да привлечем съмишленици и да създадем екип
- Задава основните срокове и етапи
- Дава фокус
- Основно средство при привличане на финансиране

Какво съдържа БП

- Анализ на продуктите/услугите които ще продаваме
- Производство и доставчици
- Анализ на пазара и конкуренцията
- Дистрибуционни канали
- Рекламна стратегия
- Мениджърски екип и човешки ресурси
- Финансов Анализ
- Анализ на рисковете
- Оперативен План

Анализ на продукта/услугата

- Подробно описание на продукта/услугата
- Позициониране и стратегическо предимство



Производство и доставчици

- Анализ на производствения процес
 - Има ли сложни технологии, как ще получим достъп до тях
 - Откъде ще осигурим необходимото оборудване
 - Надеждност на производството
- Анализ на суровини/доставчици
 - Имаме ли сигурен достъп до суровини и материали
 - Имаме ли алтернативни доставчици
 - Има ли големи колебания в цените на основните суровини и материали

Анализ на пазара

- Кой е нашия целеви пазар – обхват (регион, демография, предпочитания и т.н)
- Колко е голям потенциалния пазар (трудно да се установи за нови продукти)
- Има ли голяма концентрация
- Позиция на купувачите
- Ценова еластичност, конкуренция между купувачите, диференцираност на продуктите
- Размер и концентрация на купувачите спрямо производителите
- Правна рамка

Анализ на конкуренцията

- Основни конкуренти (SWOT)
 - Подробно описание
 - Имат ли предимство от размер, специфични знания, структура на разходи, опит в бизнеса и т.н.
 - Кои са техните продукти
- Има ли бариери за навлизане на други играчи
- Има ли излишен капацитет в индустрията
- Има ли свободен достъп до дистрибуционните канали
- Установените играчи могат ли да отвърнат на “удара”

Канали за дистрибуция

- Как нашите продукти/услуги ще достигат до крайния клиент
 - Директни продажби
 - Магазинна мрежа
 - Клонове и т.н.
- Доколко е свободен достъпа до дистрибуционните канали
- Имат ли интерес дистрибуторите да продават нашите продукти/услуги
- Как ще увеличим техния интерес

Рекламна стратегия

- Как крайния клиент ще научи за нашите продукти/услуги
- Какво ще го накара да купи нашия продукт
- Какво е посланието на нашата марка (какво е “марка”)
- Обхват на рекламната стратегия
- Различни възможности:
 - Телевизия
 - Радио
 - Преса (Масова и специализирана)
 - Листовки
 - Директен контакт

Мениджърски Екип

- Ключов въпрос за бъдещия успех
- Кой са членовете на екипа
- Достатъчна ли е тяхната квалификация/опит
- Покриват ли всички необходими области
- Имат ли съвместен работен опит
- Споделят ли дългосрочната визия за развитието на бизнеса
- Има ли проблем с обезпечаването на човешките ресурси
- Как ще възнаграждавате хората си (бонуси, акции)

Финансов Анализ

- Какъв е бизнес модела на идеята – как ще се печелят пари
- Какви средства са необходими
- Откъде ще ги вземем – собствени и заемни средства, обратно финансиране
- Финансови Прогнози
- Кога бизнесът ще започне да печели пари
- Паричен Поток
- Кога бизнесът ще започне да генерира кеш

Анализ на рисковете

- Плановете и обстоятелствата винаги се променят
- Подробен списък на възможните промени
 - Свързани с индустрията (технологични промени)
 - Свързани с пазара (мода, социални тенденции)
 - Свързани с конкурентите
 - Свързани с финансирането
 - Оперативни рискове
- Кои от тях могат да са особено негативни и каква е вероятността да се случат
- Рисковете следва да са остойностени (финансово моделиране)

Оперативен план

- Осигурява поглед върху последователните стъпки които предприемача трябва да направи
- Общи насоки
- Конкретни цели, срокове
- Алтернативни планове в случай на сбъдване на различните сценарии

Поглед от другата страна

- Потенциални инвеститори
 - Роднини и приятели – възможни личностни конфликти
 - Банки/Кредитиращи институции – Кредитоспособност, обезпечения, способност да се неутрализират рисковете
 - Бизнес Ангели – важни са междуличностните отношения
 - Рискови фондове (Venture Capitalists)
 - Фондове за дялови инвестиции (Private Equity/Mezzanine)
 - Бъдещи клиенти

Важни въпроси за финансовите инвеститори

- Мениджърски екип
 - Притежават ли необходимите познания, опит и контакти
 - Как този опит е приложим в конкретния проект
 - Притежават ли мениджърите предприемачески качества – самоувереност, издръжливост, енергия и лидерски умения
- Каква подкрепа имаме за твърденията в бизнес плана
 - Маркетингови проучвания
 - Технологични експертизи
 - Съществуващи сходни бизнес модели
 - Предишен опит

Важни въпроси за финансовите инвеститори

- Колко пари можем да спечелим/загубим (Money X, EBITDA multiple)
- Какво рискува предприемача (вече поел ли е риск)
- Как ще излезем от сделката
- Можем ли да допринесем за бизнеса освен финансово
- Можем ли да се доверим на ръководството
- Стабилен ли е във времето бизнес модела
- Стабилно ли е във времето конкурентното предимство

Въпроси пред предприемача

- Защо искам да започна тази идея
- До къде искам да стигна – бизнес за поколенията, проект за продаване
- Приятно ли ми е да работя с другите членове на мениджърския екип – имам ли доверие в тях
- Какво очаквам от финансовите партньори – средства, познания, опит
- Притежавам ли необходимите качества
- Имам ли прихическа устойчивост

Допълнителни понятия и литература

- SWOT
- Strategic Fit Model
- Michael Porter Five Forces
- “Tipping Point” (“Повратната Точка”), Malcolm Gladwell
- “Blue Ocean Strategy” (“Стратегия Синия океан”), Chan Kim and Renee Mauborgne
- “Working Identity”, Herminia Ibarra