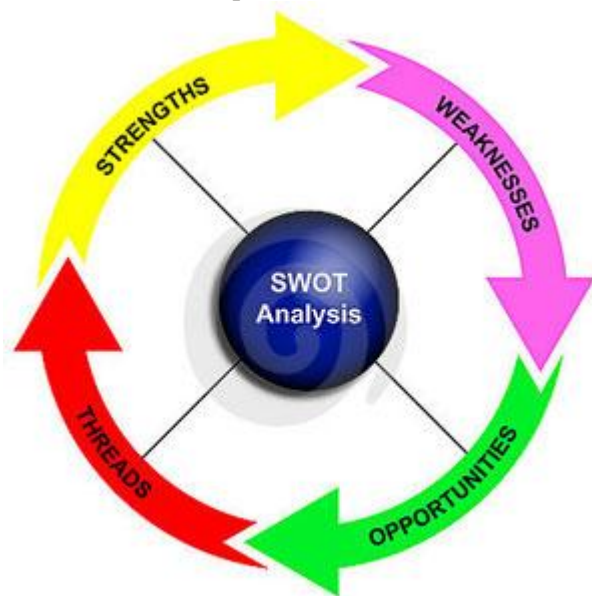


КАК ДА НАПИША БИЗНЕС ПЛАН?

Началната фаза на всеки бизнес е идеята, визията за него. На този етап разполагаме с една не съвсем детайлна представа, но имаме идеи, които се оформят и ще е добре да ги запишем на лист хартия. Това може да е описание на това как си представяме бизнеса, в какво се състои, каква ще бъде дейността или просто нахвърлени идеи. Постепенно идеите придобиват все по-ясни и конкретни очертания, което позволява да се формулира визията, какъв искаме да изглежда бизнеса, мисията – какви нужди ще задоволява произвеждания продукт/услуга, какви са ползите за потребителя от консумацията на нашия продукт/услуга. На следващ етап, задължително е да направим анализ на външната макро среда (PEST анализ, от англ. Political, Economic, Social, Technological), пряко свързани с нашия бизнес. Потока от информация наистина е много голям, интерес представляват тези норми, изисквания, тенденции, които са непосредствено свързани с бизнеса, които ще развиваме, и тези, които биха могли да бъдат пречка за осъществяването му.



Анализът на вътрешната среда (анализ на микросредата) е също толкова важен, колкото анализът на външната среда. Анализират се отрасъла, пазара и неговите сегменти, идентифицират се настоящите и бъдещи конкуренти, доставчици, промените в отрасъла, преценява се атрактивността на бранша, бариерите за влизане и излизане от отрасъла. С търсене на пресечна точка, наслагване и комбиниране на получената информацията, можем да преценим мястото, положението на нашия бизнес, да изведем неговите силни и слаби страни, възможности и заплахи (SWOT анализ). Търсеният ефект е максимизиране на възможностите, изтъкване на силните страни и преодоляване на заплахите, отстраняване на слабите страни. Чрез синтез извеждаме конкурентното предимство на нашия бизнес, което представлява уникалното, нещото, с което ще се различаваме и ще сме по-добри от конкурентните фирми на пазара. В тази посока, добър ход е да се използват слабостите на конкурентите, а не да се мисли за надминаване на техните силни страни, което трудно се постига.

Сега е моментът да се формулират целите на компанията, които трябва да отговарят на изискването SMART, за да са цели, които са работещи и имат смисъл. Цели, които са неясно зададени, неизмерими, безсрочни, непостижими и нереалистични само биха ни отклонили от зададения курс. Разделът, съдържащ маркетингова информация е ключов. Затова е необходимо подробно да опишем пазара, на който оперираме в негова цялост и пълнота, като направим и сегментация по определен признак, в зависимост от бизнеса и пазара, определяме и нашия целеви

След като целите и стратегиите са вече заложиени в стратегически бизнес план, в зависимост от нуждите, може да се премине към разработване на конкретни планове: маркетингов, производствен, финансов, за управление на персонала и други, в които да се планират конкретни резултати. Резюмето е представяне на бизнес плана в съкратен синтезиран вид, информацията, която всеки би искал да получи за бизнеса накратко. За това резюмето се подготвя след като останалите раздели на бизнес плана са написани. Резюмето е най-добрата реклама за нашия бизнес, от начина на неговото написване зависи дали бизнес планът ще бъде прочетен. Затова е необходимо да се изготви със специално внимание и да дава най-важната съществена информация. Приложенията имат за цел да осигуряват допълнителна информация към съдържанието, в подкрепа на бизнес начинанието. Те могат да съдържат ценови листи на произвежданите/предлаганите стоки и услуги, технически характеристики на оборудване, автобиографии на ръководството.

V Consulting Bulgaria консултира как да напишете бизнес план, подпомага доразработването на вашия бизнес план, попълва формуляри на бизнес план за финансиране, изготвя бизнес планове. Полезни сме с обективния, външен и независим характер на нашите проучвания и бизнес препоръки.

Контакти:

София, България

ул. „Богатир” №5

тел.: 02 973 67 08

моб. телефон: 0886 168 108

e-mail: office@vconsulting.eu

web: www.vconsulting.eu