

BIZNESPLAN: CZĘŚCI, WZÓR

I. Streszczenie przedsięwzięcia

Streszczenie przedsięwzięcia służy za wizytówkę biznesplanu. Zamieszcza się w nim swego rodzaju podsumowanie, które ma zachęcić potencjalnego inwestora. Zwykle objętościowo zajmuje ono od 1 do 4 stron w formacie A4. Po napisaniu streszczenia przedsięwzięcia warto pokazać je osobie postronnej, dzięki czemu zyskamy pewność, że przedstawiony przez nas pomysł jest kompleksowy i zrozumiały dla każdego odbiorcy (nawet nie znającego specyfiki branży).

Jakie elementy powinno zawierać streszczenie?

1. Nazwa przedsiębiorstwa, dane właścicieli.
2. Życiorysy właścicieli.
3. Cel opracowania biznesplanu.
4. Krótki opis działalności i produktu, z informacją o tym, jakie korzyści dla klienta przyniesie produkt.
5. Koncepcje na rozwój firmy, jak również plan wykorzystania środków inwestycyjnych.
6. Doświadczenie w branży.
7. Wkład finansowy i informacja o wsparciu, jakiego potrzebujesz.
8. Konkurencja i pomysł na wyróżnienie się.
9. Współpracownicy.

Przykład streszczenia przedsięwzięcia:

Księgarnia "Fairytale" położona będzie w domu znajdującym się przy ulicy Murarskiej 13. Podstawowymi atutami księgarni będzie przytulny wystrój oraz stosunkowo niskie ceny książek i artykułów papierniczych.

Posiadam własny lokal o wielkości 96m², który po lekkim odświeżeniu planuję zamienić na niewielką księgarnię. Dom znajduje się na jednym z warszawskich osiedli, w miłej i rodzinnej okolicy. Najważniejszym atutem jest bliska odległość od wejścia do metra.

Moim celem jest stworzenie wygodnej przestrzeni, która w późniejszym czasie połączy miłośników czytania. Jednocześnie chcę w niedługim czasie otworzyć jej internetowy odpowiednik, który pozwoli na dotarcie do szerszego grona odbiorców.

Jako osoba, która ostatnie osiem lat pracowała w księgarni, mam wystarczające doświadczenie w branży. W poprzedniej pracy odpowiadałam nie tylko za obsługę klienta na najwyższym poziomie, ale też nawiązywałam trwałe relacje z partnerami w hurtowniach książek.

Posiadam wkład finansowy oraz złożyłam wniosek o kredyt w wysokości 20 000 złotych, który pozwoli mi na dopracowanie reklamy w pierwszym miesiącu działalności.

Na końcu streszczenia warto zamieścić informację, w której wskażesz, z jakich elementów twój biznesplan się składa. Przykład:

Biznesplan zawiera:

- 1. Opis firmy*
- 2. Opis produktu oraz usługi*
- 3. Rynek oraz konkurencja*
- 4. Strategia firmy*
- 5. Plan finansowy.*

II. Opis firmy

W tym miejscu należy zawrzeć opis przedsiębiorstwa. Powinien być krótki, skupiony jedynie na najważniejszych informacjach.

Co warto zamieścić w opisie firmy:

1. Opowiedz o swojej firmie — zawrzyj informacje dotyczące nazwy firmy, lokalizacji oraz obszaru, w jakim będzie działała.
2. Uzasadnij swój pomysł — skąd pomysł na firmę w tej branży?
3. Dane teleadresowe — podaj zarówno swoje dane, jak i współników.
4. Opisz cel przedsiębiorstwa — co chciałbyś osiągnąć w najbliższych trzech latach.
5. Opisz formę prawną oraz rodzaj działalności. W tym miejscu zawrzyj także informacje na temat lokalu, jeśli będzie to firma stacjonarna.
6. Opisz swoją wizję na przedsiębiorstwo w przyszłości — na co może liczyć klient?
7. Opisz swój życiorys zawodowy — czym się zajmowałeś dotychczas, jakie masz kwalifikacje do wykonywania tego zawodu.

Przykład:

Księgarnia "Fairytale" — jednoosobowa działalność gospodarcza, otworzona w 21/03/2020 roku.

Nazwa "Fairytale" jest krótka, więc przede wszystkim łatwa do zapamiętania. Podczas wyboru sugerowałam się rodzajem działalności firmy i chciałam, by była ona kojarzona z książkami. Istotny okazał się także fakt, że domena www.fairytale.pl nie była jeszcze zarejestrowana.

Posiadam doświadczenie w pracy w księgarni. Ostatnie trzy lata spędziłam, pracując w branży księgarskiej, dzięki czemu wiem, że jest to praca, którą chciałabym wykonywać.

Pomocnicze pytania:

Skąd pomysł na nazwę? Jak kojarzy się z firmą? Skąd pomysł na tę branżę?

Właściciel:

Katarzyna Kowalska

ul. Bajkowa 13, 01-233 Warszawa

tel. 500 500 400

www.fairytale.pl

Cele działalności księgarni "Fairytale":

- realizacja marzeń o własnym biznesie;
- obsługa klientów na najwyższym poziomie;
- zdobycie zaufania klientów;
- ugruntowanie pozycji na rynku w Warszawie;
- zdobycie doświadczenie w biznesie.

Pomocnicze pytania: Jaki jest cel działalności? Co chcesz osiągnąć? Na czym ci zależy?

Księgarnia będzie znajdowała się we własnym domu mieszkalnym przy ul. Murarskiej 13 w Warszawie. Lokal ma powierzchnię całkowitą równą 96 m². Nie jest obciążony hipoteką. Wpis do księgi wieczystej w Sądzie Rejonowym w Warszawie o nr ... z dnia ...

Plusem wybranej lokalizacji jest fakt, że nowo otwarta księgarnia znajdować się będzie tuż obok jednego z wejść do warszawskiego metra.

Pomocnicze pytania: Gdzie znajduje się lokal? Jakie koszty poniesiesz z tytułu jego użytkowania? Jaką ma powierzchnię?

Oferta "Fairytale" skierowana jest przede wszystkim do osób zamieszkujących w Warszawie, ze względu na stacjonarny charakter księgarni. W ofercie znajdą się nie tylko książki fabularne, ale także podręczniki i poradniki. Szeroki asortyment dostosowany jest do klientów w różnym wieku.

Wraz z rozwojem firmy planuję przenieść działalność także do internetu, dzięki czemu uzyskam możliwość dotarcia do szerszej grupy klientów. Sklep internetowy pozwoli na sprzedaż wysyłkową, dzięki czemu dotrę do klientów w innych polskich miejscowościach i za granicą. Domena www.fairytale.pl została już zarejestrowana i

zostanie wykorzystana jako księgarnia internetowa wraz z rozwojem księgarni stacjonarnej.

Pomocnicze pytania: Do kogo skierowana jest twoja oferta? Co chciałbyś osiągnąć w najbliższym czasie?

W ofercie naszej księgarni znajdą się przede wszystkim książki fabularne różnych gatunków. W pierwszej kolejności na półkach pojawią się bestsellery i pozycje z literatury klasycznej, które nadal cieszą się największą popularnością.

Na półkach księgarni "Fairytale" znajdą się także słowniki w języku polskim. W naszej ofercie pojawią się zarówno egzemplarze w języku ojczystym, jak i szeroka gama słowników języków obcych.

Zamierzamy wprowadzić także do swojej oferty podręczniki, dopasowane do programu nauczania pobliskich szkół.

W ofercie księgarni znajdą się także artykuły biurowe. Klient kupujący podręczniki z myślą o szkolnej wyprawce, będzie mógł uzupełnić swoje zakupy o podstawowe produkty: od długopisów po zeszyty.

Wraz z rozwojem firmy planujemy poszerzyć także naszą działalność o zabawki edukacyjne dla dzieci.

Pomocnicze pytania: Co znajdzie się w ofercie? Co masz do zaproponowania klientom? Co takiego cię wyróżni?

Ukończyłam Szkołę Główną Handlową na kierunku zarządzanie ze stopniem magistra.

Mam ośmioletnie doświadczenie w bezpośredniej obsłudze klienta. Pracowałam w sklepach zarówno w galeriach handlowych (jak H&M oraz Sephora), jak i małych butikach. Pozwoliło mi to na nabranie niezbędnego doświadczenia w obsłudze kasy fiskalnej czy wystawianiu faktur. W moich obowiązkach znalazło się także dbanie o zatowarowanie sklepu i składanie zamówień.

Ostatnie trzy lata pracowałam w jednej z warszawskich księgarni, dzięki czemu posiadam niezbędne doświadczenie oraz wiedzę do prowadzenia własnego biznesu w tej branży.

Pomocnicze pytania: Jakie masz predyspozycje i doświadczenie?

III. Opis produktu/usługi

W tej części należy zawrzeć opis produktu lub usługi, w zależności od tego, co proponujemy klientom oraz informację o tym, jakie korzyści niesie za sobą skorzystanie z oferty.

Co warto zamieścić w opisie produktu?

1. Informacje o produkcie — jakie są najważniejsze cechy produktu/usługi, jego nazwa, co wyróżnia go na tle konkurencji, jakie są koszty wytworzenia.
2. Opisz swój produkt — prognozowana cena, cena konkurencji, ewentualne rabaty, udział w rynku obecny i prognozowany.
3. Przedstaw informacje dotyczące dystrybucji — strategia sprzedaży, firmy płatności, jakimi kanałami będzie dystrybuowany.
4. Grupa docelowa — informacja dla kogo przeznaczony jest twój produkt/usługa;
5. Czy to nowy produkt, czy już istniejący?
6. Jak wygląda proces tworzenia? Jak zapewnisz jego najwyższą jakość?

Przedstawienie produktu będzie obowiązkowym elementem wtedy, gdy planujemy wprowadzić na rynek coś nowego. Jeśli nasz plan skupia się wokół czegoś, czego jeszcze na rynku nie widzieliśmy i to właśnie chcemy sprzedawać, to warto poświęcić więcej czasu na udoskonalenie opisu.

Dokładna charakterystyka będzie też niezbędna w naszym biznesplanie w momencie, w którym otwieramy firmę świadczącą konkretne usługi. Mamy więc idealną okazję ku temu, by przedstawić swój pomysł — szczególnie informacje na temat tego, co będzie nas wyróżniało na tle konkurencji. Mamy w tym miejscu doskonałą okazję, by przekonać potencjalnych inwestorów do obdarzenia nas zaufaniem.

Przykład:

Księgarnia "Fairytale" będzie zajmowała się przede wszystkim sprowadzaniem bestsellerów, które podbijają rynek wydawniczy. Chcąc zachęcić potencjalnych

kupujących, zamierzam wprowadzić początkowo cenę o 10% niższą od ceny, która pojawia się u moich największych konkurentów.

W pierwszym tygodniu działania księgarni pojawi się także promocja 3+1, która pozwala na dobranie czwartej, najtańszej książki za darmo, jeśli klient zdecyduje się na zakup trzech egzemplarzy.

Pomocnicze pytania: Jakie są najważniejsze cechy produktu? Jakie promocje przewidujesz? Jaką cenę przewidujesz? Jak twoja przyszła firma wypada na tle konkurencji?

Chcę zyskać zaufanie klientów, oferując im konkurencyjne ceny. W późniejszym czasie chciałabym wprowadzić regularne, cotygodniowe rabaty na konkretny rodzaj książek — około 5%.

W planach jest także dotarcie do klientów za pośrednictwem wieczorków czytelniczych. W najbliższej okolicy nie są organizowane, więc księgarnia posłużyłaby jako miejsce spotkań dla osób, które łączy zamiłowanie do czytania, Jeśli tylko fundusz na to pozwoli, z chęcią wprowadziłabym w dalszym czasie spotkania z autorami.

Chciałabym w dalszej części wprowadzić także cykl "Podaruj drugie życie", który zachęci klientów do przynoszenia starych książek i zamiany ich na rabaty/nowe pozycje. Dzięki temu będę mogła otworzyć także kiermasz używanych, tańszych książek.

Pomocnicze pytania: Jakie masz plany na akcje marketingowe? Jak chcesz zachęcić klientów? Czym się wyróżnić?

Po pierwszym miesiącu działalności ruszy także internetowa wersja księgarni, która pozwoli na dotarcie do klientów z całej Polski. Ceny będą odrobinę niższe, niż w księgarni stacjonarnej, za sprawą automatycznie doliczanej przesyłki. Pozwoli to na zwiększenie grupy docelowej.

Pomocnicze pytania: Jak chcesz dotrzeć do klientów? W jaki sposób planujesz wyróżnić się na tle konkurencji?

Książki sprowadzane będą jedynie od sprawdzonych dostawców. Artykuły papiernicze, które także chciałabym wprowadzić do swojej oferty, pochodzą będą od jednego dostawcy, który zaoferuje mi najlepszy stosunek ceny do jakości.

Ważne adresy:

- *Dobra książka, Warszawa — hurtownia książek*
- *Strony internetowe, Oddział w Warszawie – rejestracja oraz hosting domeny*
- *Sklep Komputery i elektronika, Warszawa – dostawa sprzętu komputerowego*
- *Ładne meble, Warszawa – meble biurowe*

Pomocnicze pytania: W jaki sposób chcesz zatroszczyć się o najwyższą jakość produktu? Skąd zamierzasz sprowadzać swoje produkty? Z kim będziesz współpracował?

IV. Rynek i konkurencja

W tej części przedstawiamy rynek, w którym będzie działała nasza firma, dlatego jest to miejsce na zamieszczenie najistotniejszych analiz rynku.

Co warto zamieścić:

1. Scharakteryzuj branżę ze wskazaniem największej konkurencji.
2. Opisz rynek i potencjalną konkurencję — jakie panują na nim tendencje?
3. Stwórz analizę SWOT wskazującą słabe i mocne strony oraz szanse i zagrożenia związane z rynkiem, na który zamierzasz wkroczyć.
4. Scharakteryzuj grupę docelową z uzasadnieniem, czemu najlepiej sprostasz oczekiwaniom.

Przykład:

Najsilniejszym konkurentem dla księgarni "Fairytale" jest sieć Empik, której salon znajduje się w jednej z pobliskich galerii handlowych. Firma ta dysponuje naprawdę szeroką ofertę zarówno książek, jak i artykułów papierniczych. Jako sieciówka jest bardzo rozpoznawalna. Ceny książek są jednak zdecydowanie wyższe, niż te, które ja zamierzam zaproponować swoim klientom.

Konkurencją zbliżoną do "Fairytale" jest księgarnia znajdująca się dwie ulice dalej - mała i rodzinna. Jej oferta jest jednak okrojona i skupiona przede wszystkim na podręcznikach szkolnych, dzięki czemu mamy szansę wypełnić tę lukę.

Pomocnicze pytania: Kto jest twoim największym konkurentem? Kto może wpłynąć na twoje wyniki? Co cię od nich odróżnia? Jakich panują tam tendencje?

Na ulicy, przy której znajduje się księgarnia, mieści się także liceum ogólnokształcące. Szeroki wybór bestsellerów pozwoli dotrzeć także do ludzi poniżej dwudziestego roku życia.

Pomocnicze pytania: Czemu najlepiej sprostamy oczekiwaniom? Do kogo uda się dotrzeć?

Tworząc Analizę SWOT należy zastanowić się nad firmą i zestawić wszystko, co działa na jej korzyść, a także co może zagrażać jej przyszłości. Przykłady:

- **mocne strony:** dobra lokalizacja firmy, mała konkurencja na rynku, zasoby własne, konkurencyjna oferta, innowacyjność, wysoka jakość, odpowiednia reklama;
- **słabe strony:** słaba lokalizacja, duża konkurencja, brak doświadczenia w prowadzeniu własnego biznesu, brak odpowiedniej ilości środków własnych, wysokie koszty początkowe, wysokie koszty prowadzenia, brak środków na reklamę;
- **możliwości:** pojawienie się nowych grup docelowych, możliwość rozszerzenia asortymentu, szybki rozwój branży, możliwość wykorzystania nowej technologii;
- **zagrożenia:** pojawienie się firm z podobną ofertą, wzrost podatków, spadek zainteresowania, sezonowa działalność.

PRZYKŁADOWA ANALIZA SWOT:



V. Strategia firmy

Strategia firmy to nic innego, jak plan marketingowy, w którym zamieścisz informację na temat planowanych przedsięwzięć oraz rozwiązań marketingowych.

Co warto zamieścić w opisie strategii:

1. Informację na temat sprzedaży i sposobów promocji dostosowane do produktu/usługi, którą oferujesz.
2. Opisz pomysł na wykreowanie pozytywnego wizerunku firmy oraz sposób na dotarcie do klienta.
3. Dodaj informację na temat budżetu, który chcesz poświęcić na reklamę.
4. Przedstaw pomysł na reklamę swojego produktu.

Przykład:

Najważniejszym celem jest pozyskanie jak największej liczby klientów, którzy będą regularnie do nas wracać. Mile widziane byłoby też zwiększenie procentu czytelnictwa w Polsce, które w ostatnich latach stale maleje. Stąd pomysł na wieczorki czytelnicze, które zachęcałyby do stałego poznawania nowych pozycji książkowych.

Sprzedaż będzie odbywała się nie tylko w sposób stacjonarny, ale też - w późniejszym czasie - internetowo.

Promocja rozpocznie się na dwa miesiące przed otwarciem księgarni w postaci wydarzenia na Facebooku. Poza podstawowymi informacjami o działalności, pojawi się też zachęcający rabat dla każdej osoby, która pierwszego dnia dokona zakupu. Dzięki temu mam nadzieję przyciągnąć wielu zainteresowanych klientów.

Zdaję sobie jednocześnie sprawę z aktualnej siły internetu oraz mediów społecznościowych, dlatego chcę pozostawać w stałym kontakcie z klientami. Na profilu, w późniejszym czasie, pojawiać się będą regularnie książki, które trafią na półkę promocyjną, by zachęcić klientów do stałego obserwowania. Próba utrzymania przyjaznych relacji może przynieść długofalowe efekty. Pomoże to także wpłynąć pozytywnie na wizerunek firmy.

Pomocnicze pytania: Jaki jest główny cel firmy? W jaki sposób zamierzasz sprzedawać swój produkt? Jaką promocję planujesz?

Na dotarcie do klienta mam przeznaczony początkowo budżet w wysokości 3000 zł. Pozwoli to na wykupienie reklam w mediach społecznościowych (szczególnie Instagram i Facebook). Część kwoty zostałaby przeznaczona także na post sponsorowany na Instagramie oraz wykupienie aplikacji do remarketingu.

Zaraz po wystartowaniu ze sklepem internetowym (czyli około miesiąc po otwarciu księgarni stacjonarnej) nawiązałabym kontakt z influencerami, którzy specjalizują się w tematyce książkowej i w ramach współpracy przesłałabym im nie tylko książki, ale i specjalny rabat.

Pomocnicze pytania: Jaką kwotę przeznaczoną masz na reklamę? Na co zamierzasz je wydać początkowo? Jakie masz plany na reklamę w pierwszych miesiącach?

VI. Plan finansowy

Plan finansowy to najważniejszy z etapów tworzenie biznesplanu. Prognozuje przychody oraz koszty związane z prowadzeniem własnej działalności. Plan pomaga ustalić, czy wkład finansowy zostanie zwrócony. Sporządza się go na dwa lata do przodu.

Jest szczególnie przydatny podczas szukania inwestorów.

Co warto zamieścić w planie finansowym:

1. Informacje na temat wydatków początkowych oraz miesięcznych
2. Przedstaw, jaki masz wkład własny (z informacją o źródle finansowanie) oraz jakiego wsparcia jeszcze będziesz potrzebować.
3. Przedstaw plan przepływów pieniężnych — zestawienie prognozowanych wpływów oraz wydatków miesięcznych.
4. Informacja na temat sposobu fakturowania, składania zamówień oraz kontroli jakości.

Przykład:

NAKŁADY INWESTYCYJNE	
Przystosowanie oraz remont lokalu	2400 zł
Wyposażenie (komputer, kasa fiskalna, biurko, szafki, krzesło)	22 000 zł
Pierwsza partia towarów	8000 zł
Wykupienie domeny	300 zł
Reklama w pierwszym miesiącu	3000 zł

KOSZTY MIESIĘCZNE	
Rachunki za prąd	80 zł

Rachunki za wodę	100 zł
Rachunki za telefon i internet	120 zł
Zakup towarów	1500 zł
Reklama miesięczna	300 zł

Posiadam lokal, który zamierzam przeznaczyć na księgarnię, a dodatkowo mam kapitał w wysokości 25 000 zł, który zainwestuję w otwarcie własnej księgarni. Zamierzam wziąć pożyczkę o wysokości 20 000 zł, która pozwoli mi nie tylko na dopracowanie reklamy, ale też stworzenie przyjemnej, wygodnej strony internetowej. Jestem przygotowana na to, że w pierwszym miesiącu, ze względu na wszelkie, zachęcające rabaty, przychody mogą być nieco niższe. Jednak po nawiązaniu przyjaznych relacji z klientami wierzę, że będę mogła zrezygnować z części reklam. Prognozowane przychody miesięczne to około 5200 zł. Stałe koszty, które ponosić będzie księgarnia, wyniosą 2200 zł miesięcznie. Dzięki temu nawet w początkowej fazie mój interes zdolny będzie generować zysk na poziomie 3000 zł.