

MODUŁ 2: Rozwój biznesplanu

ROZDZIAŁ 2: Opracowanie profilu działalności lub biznesplanu





IO4 Ramy rozwoju i planowania działalności gospodarczej

MODUŁ 2 Rozwój biznesplanu

ROZDZIAŁ 2: Opracowanie profilu działalności lub biznesplanu

Witamy w Zasobie Rozwoju Biznesplanu RESET! Ten zasób wprowadzi Cię do Rozdziału 2: Opracowanie profilu biznesowego lub biznesplanu.



Witamy!

Witamy w Zasobie Rozwoju Biznesplanu RESET! Ten zasób wprowadzi Cię do Rozdziału 2:

Opracowanie profilu biznesowego lub biznesplanu.

Wprowadzenie:

Pierwszą rzeczą do zrobienia przy opracowywaniu pomysłu na biznes jest przeniesienie go do dokumentu. Powinno się to odbywać w prosty i łatwo zrozumiały sposób

REZULTATY NAUCZANIA:

Po ukończeniu tego modułu nauki będziesz w stanie:

- Opracować i sporządzić biznesplan.
- Zrozumieć kluczowe kwestie w procesie planowania biznesowego.



Erasmus+

Rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej jest ekscytującym przedsięwzięciem i może być jedną z najważniejszych decyzji, jakie podejmuje się w życiu. Dlatego pierwszą rzeczą do zrobienia przy opracowywaniu pomysłu na biznes jest przeniesienie go do dokumentu. Powinno się to odbywać w prosty i łatwo zrozumiały sposób, tak abyśmy byli w stanie przekształcić to w pełny biznesplan.

Do końca tego modułu nauki będziesz w stanie:

- Opracowanie i sporządzenie biznesplanu.
- Klaryfikowanie kluczowych kwestii w procesie planowania biznesowego.



Opracowanie biznesplanu



Po wyjaśnieniu idei biznesowej, kolejnym krokiem jest opracowanie biznesplanu. Jest to coś, co powinno być zrobione z największą starannością i uwagą, biorąc pod uwagę fakt, że właściwie wypełniony biznesplan może służyć wzmocnieniu samego biznesu w praktyce. Biznes plan jest dokumentem, który będzie odzwierciedlał treść projektu biznesowego, który ma zostać wdrożony w życie. Będzie ona obejmować informacje, które będą obejmować zarówno definicję idei, która ma zostać opracowana, jak i konkretną formę, w jakiej idea ta zostanie zrealizowana.

W czym biznesplan pomaga?

- Pozwala na przeprowadzenie wyczerpującego badania wszystkich zmiennych, które mogą mieć wpływ na możliwość prowadzenia działalności gospodarczej
- Jest to prezentacja, którą można przedstawić stronom trzecim



- Pozwala na przeprowadzenie wyczerpującego badania wszystkich zmiennych, które mogą mieć wpływ na możliwość prowadzenia działalności gospodarczej, dostarczając niezbędnych informacji na temat jej rentowności. Po uruchomieniu i uruchomieniu firmy, biznesplan posłuży również jako narzędzie do wykrywania ewentualnych odstępstw od przewidywanych celów.
- Jest to prezentacja, którą można przedstawić stronom trzecim: bankom, inwestorom, organizacjom publicznym i innym zainteresowanym stronom w poszukiwaniu jakiegokolwiek formy współpracy lub finansowania.

Przy sporządzaniu Biznesplanu istnieje duża swoboda wyboru w zależności od wybranego rodzaju działalności gospodarczej, charakterystyki sektora, a nawet proponowanej fizycznej lokalizacji nieruchomości. Istnieją jednak pewne podstawowe aspekty, którymi należy się zająć, takie jak słownictwo lub struktura, ponieważ plan może być również wykorzystany jako prezentacja biznesowa.

Zarys biznesplanu 1/4

W biznesplanie powinny być zawarte poniższe informacje:

- Cele projektu biznesowego i wprowadzenie do kluczowych czynników.
- Działalność gospodarcza.



Poniższe informacje powinny być zawarte w biznesplanie:

- Cele projektu biznesowego i wprowadzenie do kluczowych czynników:
 - Definicja ogólnej charakterystyki projektu.
 - Wprowadzenie do kluczowych czynników: szkolenia, doświadczenie biznesowe itp.
- Działalność gospodarcza:
 - Opis właściwości produktu/usługi firmy.
 - Zidentyfikowane potrzeby związane z produktem/usługą na obecnym rynku.
 - Zróżnicowanie jakości produktu/usługi w stosunku do konkurencji.
 - Odpowiednie zasady i przepisy, które obejmują produkcję lub sprzedaż produktu lub świadczenie usługi.

Zarys biznesplanu 2/4



- Charakterystyka rynku:

- Opis rynku, na który będzie skierowany produkt lub usługa: wielkość, lokalizacja, rodzaje klientów, aktualny i potencjalny popyt rynkowy.
- Prognoza ewolucji rynku.
- Identyfikacja konkurentów rynkowych, ich charakterystyka, pozycja rynkowa, zalety i wady produktu/usługi w stosunku do konkurencji.
- Przewidywany udział w rynku.

- Produkcja:

- Ustalenie procesu produkcyjnego.
- Wybór niezbędnych instalacji i maszyn.
- Surowce, dostawcy i podstawowe materiały eksploatacyjne.
- Kontrola jakości.

Zarys biznesplanu 3/4



- Sprzedaż:
 - Prezentacja produktu lub usługi.
 - Ustalanie cen.
 - Kanały dystrybucji.
 - Działania promocyjne: reklama, katalogi i rabaty.
 - Projekcje sprzedaży.
 - Gwarancje, usługi techniczne i usługi posprzedażowe.

- Lokalizacja:
 - Kryteria lokalizacji.
 - Grunty, budynki i instalacje.
 - Komunikacja i infrastruktura.
 - Dotacje państwowe dostępne w danej lokalizacji.

Zarys biznesplanu 4/4



- Personel:
 - Miejsca pracy, które zostaną utworzone.
 - Podział według kategorii i podział obowiązków.
 - Profil poszukiwanych osób: umiejętności i doświadczenie.
 - Proces doboru personelu.
 - Formy umów do wykorzystania.
 - Prognozy wzrostu zatrudnienia.

- Finansowanie:
 - Potrzeby ekonomiczne projektu.
 - Identyfikacja i wybór źródeł finansowania: bank publiczny/prywatny, firmy leasingowe itp.
 - Plan finansowy: plan inwestycyjny, plan finansowy, plan finansowy, prognozy księgowe.
 - Rentowność projektu.

Zarys biznesplanu 4/4



Aspekty prawne projektu:

- Wybór klasyfikacji prawnej przedsiębiorstwa.
- Procesy administracyjne do naśladowania.
- Zobowiązania przedsiębiorstwa: rachunkowość, podatki i przemysł.

Ocena ryzyka związanego z biznesplanem



Po opracowaniu biznesplanu należy ocenić ryzyko związane z jego realizacją. Musimy dokładnie przeanalizować ryzyko i potencjalne niekorzystne okoliczności, które mogą mieć wpływ na firmę, personel i akceptację naszego produktu lub usługi na rynku; opóźnienia we wprowadzaniu produktu lub usługi; uzyskanie potrzebnych środków finansowych.

Ocena ryzyka musi również odnosić się do czynników zewnętrznych, takich jak recesja, pojawienie się nowych technologii, reakcja konkurentów, zmiana popytu itp.

Model biznesowy Canvas 1/7

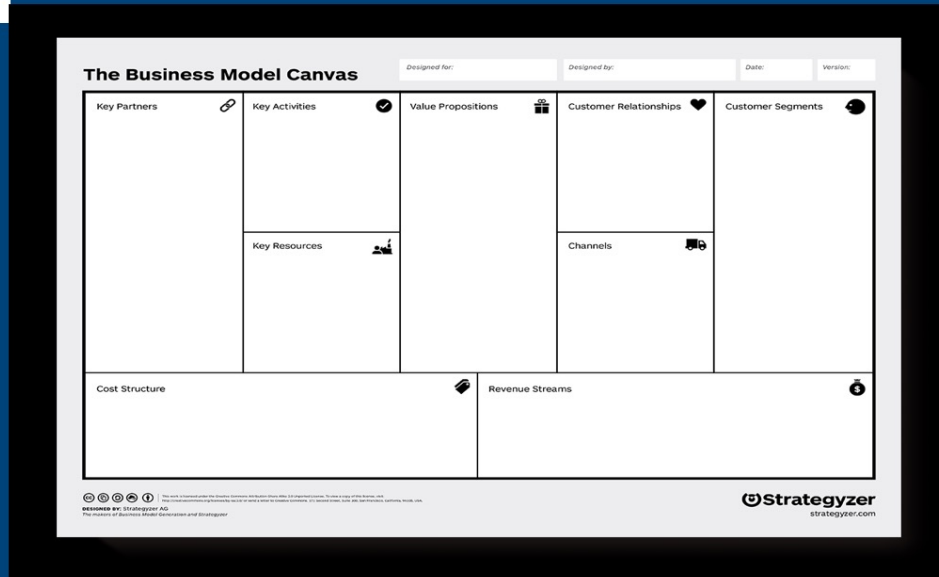
- o Łatwy do zrozumienia
- o Scentralizowany
- o Skoncentrowany na klientach



Pisanie biznesplanu może być bardzo czasochłonne i może skończyć się naprawdę dużym dokumentem. Istnieją jednak pewne narzędzia, które mogą pomóc w tym procesie. Płótno modelu biznesowego (Business Model Canvas) umożliwia stworzenie całkiem przejrzystego modelu biznesowego przy użyciu tylko jednego arkusza papieru. Jest to łatwe do zrozumienia, ponieważ płótno znajduje się na jednej stronie i jest bardzo wizualne. Co więcej, jest on skoncentrowany i elastyczny, ponieważ zmiany można wprowadzać szybko i łatwo.

Kolejne zalety płótna modelu biznesowego są takie, że jest on skoncentrowany na kliencie i zmusza do myślenia o wartości, jaką oferuje się klientom i o tym, co jest potrzebne do dostarczenia tej wartości. Jednostkowy graficzny sposób pokazuje, w jaki sposób różne części modelu są ze sobą powiązane. Może to być naprawdę trudne do ustalenia na podstawie tradycyjnego biznesplanu. Ponadto płótno jest tak łatwe do zrozumienia, że będziesz mógł się nim łatwo podzielić i wytłumaczyć z zespołem, ułatwiając tym samym włączenie go w pracę z Twoją wizją.

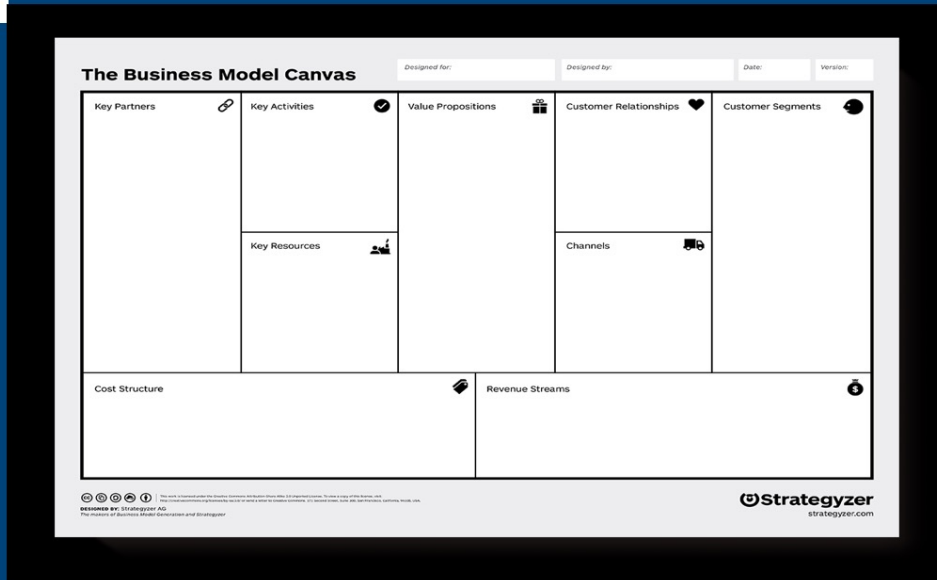
Model biznesowy Canvas 2/7



Istnieje dziewięć elementów lub bloków, które tworzą płótno:

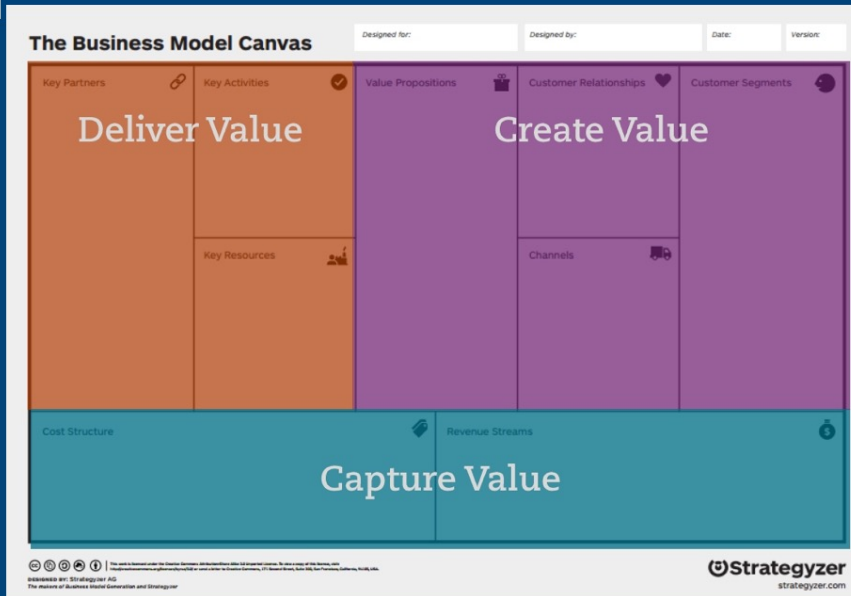
1. Segmenty klientów: Kim są twoi klienci?
2. Propozycja wartości: Dlaczego klienci kupują od Ciebie? Jaki jest zysk, który zapewniasz, czy potrzeba, którą zaspokajasz?
3. Kanały: Jak Twoje produkty i usługi są dostarczane na rynek?
4. Relacje z klientami: Jak pozyskujesz, utrzymujesz i rozwijasz swoich klientów?
5. Strumień dochodów: Jak Twoja firma zarabia pieniądze?
6. Kluczowe zasoby: Jakie unikalne zasoby strategiczne ma lub potrzebuje Twoja firma?
7. Kluczowe działania: Jakie unikalne działania strategiczne wykonuje Twoja firma, aby dostarczyć Ci propozycję wartości?
8. Kluczowe partnerstwa: Jakie działania niezwiązane z kluczem można zlecić na zewnątrz, aby umożliwić większe skupienie się na kluczowych działaniach.
9. Struktura kosztów: Jakie są główne koszty ponoszone przez Twoją firmę?

Model biznesowy Canvas 2/7



Ogólnie rzecz biorąc, możemy powiedzieć, że elementy po lewej stronie płótna stanowią koszty dla przedsiębiorstwa, podczas gdy elementy po prawej stronie generują dochód dla przedsiębiorstwa.

Model biznesowy Canvas 3/7



Zobaczmy każdy blok w szczegółach.

1. Segmenty klientów

W tym bloku można wprowadzić różne segmenty klientów. Jeśli możesz, utwórz jedną lub więcej osób dla każdego segmentu, który obsługujesz. Osoba to po prostu relatywny opis każdego typu klienta. Następnie spróbuj podkreślić motywacje klientów, ich problemy i uchwycić "istotę" tego, kim są.

2. Propozycja wartości

Propozycja wartości opisuje wartość, którą dostarczasz do każdego segmentu klientów. Jakie problemy rozwiązujesz dla każdego segmentu klientów? Jakie potrzeby zaspokajasz? Propozycja wartości odpowiada na pytanie "dlaczego klienci będą od nas kupować?". Niektóre z najczęściej spotykanych propozycji wartości to:

Nowość, wysoka wydajność, możliwość dostosowania, projektowanie, marka/status, cena, redukcja kosztów, redukcja ryzyka, wygoda.

Model biznesowy Canvas 4/7



3. Kanały

Kanały odnoszą się do sposobu, w jaki produkty lub usługi są sprzedawane klientom. Aby wypełnić tę sekcję, zadaj sobie pytanie, w jaki sposób Twoi klienci chcą być osiągalni? Jak teraz do nich docierasz? Ogólnie rzecz biorąc, możesz mieć własne kanały lub partnera z kimś innym. Twoje własne kanały mogą obejmować dowolną kombinację sklepów, które posiadasz, siły sprzedaży, którą zatrudniasz lub stronę internetową. Kanały partnerskie mogą zawierać wiele opcji, od korzystania z hurtowni do współpracy z partnerami w celu sprzedaży produktów lub nawet za pomocą Google AdSense.

4. Relacje z klientami

Blok budowania relacji z klientami odpowiada na pytanie, jak pozyskać, utrzymać i rozwijać klientów.

- Zdobywaj: Jak klienci dowiadują się o Tobie i dokonują pierwszego zakupu? Na przykład, może to być poprzez reklamę w Google.
- Utrzymuj: Jak utrzymujesz klientów? Na przykład, doskonała obsługa klienta może pomóc utrzymać klientów.
- Rozwijaj: Jak przekonać naszych klientów, aby wydali więcej? Na przykład, możesz wysłać comiesięczny biuletyn informacyjny, aby informować ich o swoich najnowszych produktach.

Model biznesowy Canvas 4/7



Najprostszym sposobem na zdefiniowanie tego wszystkiego jest szczegółowe przejście przez całą drogę klienta. W ten sposób klienci dowiadują się o Tobie, sprawdzają, czy kupić Twój produkt, kupują go i w jaki sposób są zarządzane po zakupie.

Model biznesowy Canvas 5/7



5. Strumienie dochodów

Skąd pochodzą pieniądze? W tym bloku określasz, gdzie generowane są Twoje przychody.

Może to zabrzmieć bardzo prosto, ale tak nie jest. Czy starasz się ustalić, jaką strategię zastosujesz, aby pozyskać największą wartość od swoich klientów? Czy klienci po prostu zapłacą jednorazową opłatę? Będziesz miał miesięczną opłatę abonamentową? Być może oferujesz swój produkt za darmo, tak jak Skype, i masz nadzieję, że pewna część klientów przejdzie na płatny produkt premium?

6. Kluczowe zasoby

Ten blok opisuje najważniejsze strategiczne aktywa, które są niezbędne do funkcjonowania modelu biznesowego. Zasoby można podzielić na jedną z czterech kategorii:

- Fizyczne: takie jak budynki, pojazdy, maszyny i sieci dystrybucji.
- Intelktualne: takie jak marki, wiedza specjalistyczna, patenty i prawa autorskie, partnerstwa i bazy danych klientów.
- Ludzkie: czasami Twoi ludzie będą Twoimi najważniejszymi zasobami; jest to szczególnie widoczne w branżach kreatywnych i opartych na wiedzy.



Wypełniając tę sekcję, należy uwzględnić tylko te działania, które są absolutnie kluczowe dla dostarczenia Twojej propozycji wartości.

Model biznesowy Canvas 7/7



8. Partnerzy kluczowi

W tym bloku wymieniasz zadania i czynności, które są ważne, ale których nie wykonasz samodzielnie. Zamiast tego wykorzystasz dostawców i partnerów, aby model biznesowy zadziałał.

Zazwyczaj istnieją trzy powody utworzenia partnerstwa: Korzyści skali, redukcja ryzyka i niepewności oraz pozyskiwanie zasobów lub działalności.

9. Struktura kosztów

W bloku Struktura kosztów, powinieneś przyporządkować kluczowe działania do kosztów. Powinieneś również mieć pewność, że koszty są dostosowane do Twojej Propozycji Wartości.

Ustalenie najważniejszych kosztów i kosztów po zdefiniowaniu kluczowych zasobów, kluczowych działań i kluczowych partnerstw powinno być prostym zadaniem.



Lean Canvas 1/5

- o Lean Canvas został zaadaptowany przez Ash Maurya z bardzo popularnego Business Model Canvas.
- o Lean Canvas wykorzystuje tę samą koncepcję 9 bloków, z wyjątkiem tego, że zostały one nieznacznie zmodyfikowane w celu dostosowania ich do potrzeb/celów/wymagań startupu.

Lean Canvas został zaadaptowany przez Ash Maurya z bardzo popularnego Business Model Canvas stworzonego przez Alexandra Osterwaldera. Lean Canvas wykorzystuje tę samą koncepcję 9 bloków, z wyjątkiem tego, że zostały one nieznacznie zmodyfikowane w celu dostosowania ich do potrzeb/celów/wymagań startupu. Lean Canvas jest idealnym jednostronicowym formatem do burzy mózgów możliwych modeli biznesowych, bloki poprowadzą Cię przez logiczne kroki, począwszy od problemów klienta aż po Twoją przewagę.





Lean Canvas 2/5

PROBLEM List your top 3 problems.	SOLUTION Describe a potential solution for each problem.	UNIQUE VALUE PROPOSITION Single value, compelling message that states why you are different and worth paying attention.	UNFAIR ADVANTAGE Identifying a resource easily to be bought or copied.	CUSTOMER SEGMENTS List your target customers and users.
EXISTING ALTERNATIVES List how these problems are solved today.	KEY METRICS List the key numbers that tell you how your business is doing.	HIGH-LEVEL CONCEPT List your X for Y analogy (e.g. YouTube - Video for video).	CHANNELS List your paths to customers (direct or indirect).	EARLY ADOPTERS List the characteristics of your ideal customers.
COST STRUCTURE List your fixed and variable costs.		REVENUE STREAMS List your sources of revenue.		


Lean Canvas
Created by SpqrM / Better version available at www.leancanvas.com

Przejdźmy przez każdy blok i co powinieneś w nim napisać.

1. Problem

Każdy segment klientów (CS), z którym będziesz prowadzić interakcję, będzie miał zestaw problemów, które wymagają rozwiązania. W tym polu spróbuj wymienić jeden do trzech problemów o wysokim priorytecie, które masz w CS. Bez problemu do rozwiązania, nie masz produktu/usługi do zaoferowania.

2. Segmenty klientów

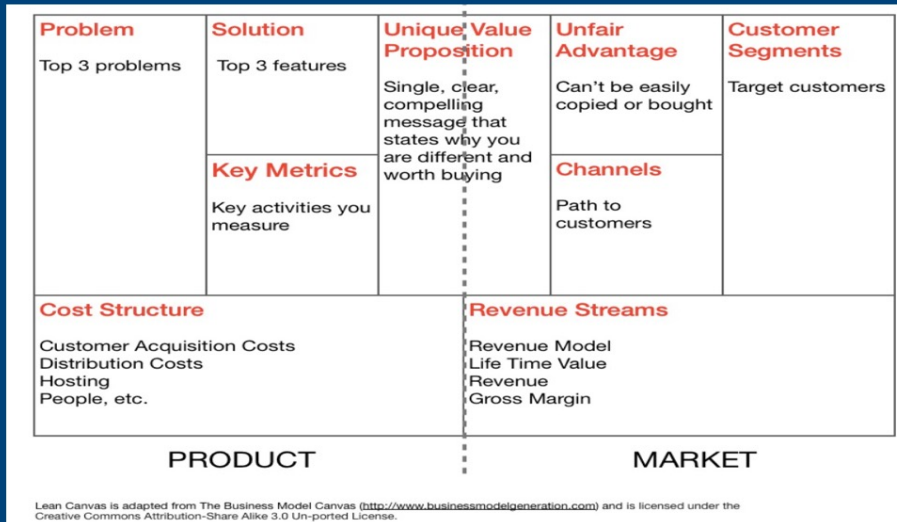
Problem i segmenty klientów mogą być postrzegane jako nieodłącznie związane i nie można myśleć o problemie bez myślenia o segmentach klientów.

3. Unikalna propozycja wartości

Na środku płótna znajduje się UVP (unikalna propozycja wartości). Propozycja wartości jest obietnicą wartości, która ma być dostarczona. To główny powód, dla którego klient powinien kupować od Ciebie. Musisz przemyśleć, dlaczego Twój produkt jest wartościowy i dlaczego klient miałby kupić go właśnie od Ciebie.



Lean Canvas 3/5



4. Rozwiązanie

Znalezienie rozwiązania problemu jest bardzo istotne. Nie dostaniesz tego od razu – w porządku, ponieważ o to właśnie chodzi w Lean. To, co musisz zrobić, to wyjść z budynku - to zdanie wymyślone przez ojca chrzestnego Lean Startup, Steve'a Blanka. A Blank ma na myśli to, że rozwiązania problemu nie należy szukać w budynku, lecz poza nim. Więc idź do swojego segmentu klientów, zadawaj im pytania i wykorzystaj to, czego się nauczyłeś.

5. Kanały

Kanały to sposoby dotarcia do CS. I pamiętaj, że na początkowych etapach ważne jest, aby nie myśleć o skali, ale skupić się na nauce. Mając to na uwadze, spróbuj zastanowić się, które kanały zapewnią Ci wystarczający dostęp do Twojego CS, a jednocześnie dadzą Ci wystarczająco dużo nauki. Kanałami mogą być: e-mail, social media, reklamy CPC, blogi, artykuły, pokazy handlowe, radio i telewizja, webinary itp. i ponadto nie musisz być na wszystkich z nich, tylko tam, gdzie są Twoje CS.

Lean Canvas 4/5



6. Strumienie dochodów

To, w jaki sposób wyceniasz swój biznes, zależy od typu modelu, jednak dość często zdarza się, że startupy obniżają swoje koszty, nawet oferują je za darmo w celu uzyskania pierwszych klientów, jednak może to stwarzać kilka problemów. Kluczem do tego jest opóźniona walidacja. Zmuszanie ludzi do zapisywania się na coś za darmo jest o wiele inne niż żądanie od nich zapłaty. Istnieje również pojęcie postrzeganej wartości.

7. Struktura kosztów

Tutaj należy wymienić wszystkie koszty operacyjne związane z wprowadzeniem tego biznesu na rynek. Ile będzie kosztować stworzenie strony internetowej? Jakie będą całkowite miesięczne koszty utrzymania? Ile będzie kosztował wywiad z Twoim segmentem klientów? Ile kosztują prace z zakresu badań rynkowych? Następnie można wykorzystać te koszty i potencjalne strumienie przychodów do obliczenia przybliżonego progu rentowności.

Lean Canvas 5/5



8. Kluczowe wskaźniki

Każda firma, bez względu na branżę czy wielkość, będzie miała pewne kluczowe wskaźniki, które są wykorzystywane do monitorowania wydajności. Najlepszym sposobem na pomoc jest wizualizacja leja, który płynie z góry na dół, od dużej otwartej góry, przez wiele etapów do wąskiego końca.

9. Nieuczciwa przewaga

Jest to najtrudniejszy z bloków. Spróbuj jednak pomyśleć o tym, że posiadanie nieuczciwej przewagi może pomóc w poszukiwaniu partnerów i inwestorów. Oto wielka definicja nieuczciwej przewagi: "Jedyną prawdziwą przewagą konkurencyjną jest ta, której nie da się skopiować ani kupić". - Jason Cohen. Nieuczciwą przewagą mogą być informacje poufne, wymarzony zespół, uzyskanie wsparcia ekspertów, istniejący klienci itp. Więc zamiast myśleć o dodaniu czegoś takiego jak "zaangażowanie i pasja" jako nieuczciwej przewagi (bo tak nie jest), pomyśl o tym, co masz, czego nikt inny nie może kupić.

Więcej informacji



Kliknij ten link, aby znaleźć więcej wskazówek i wskazówek, jak pracować z Lean Canvas.

<https://leanstack.com/LeanCanvas.pdf>



Dziękujemy za poświęcenie czasu na zapoznanie się z tym zasobem dotyczącym rozwoju biznesu i planowania opracowanego przez zespół projektowy RESET.

Aby uzyskać dostęp do większej ilości informacji lub dodatkowych zasobów opracowanych w ramach projektu RESET, proszę odwiedzić stronę internetową projektu pod adresem: www.resetproject.eu

Dziękujemy za poświęcenie czasu na wykorzystanie tego zasobu dotyczącego rozwoju biznesu i planowania opracowanego przez zespół projektowy RESET.

Aby uzyskać dostęp do większej ilości informacji lub dodatkowych zasobów opracowanych w ramach projektu RESET, proszę odwiedzić stronę internetową projektu pod adresem: www.resetproject.eu





innovementum

in association with

S V E B ■ Schweizerischer Verband für Weiterbildung
F S E A ■ Fédération suisse pour la formation continue
Federazione svizzera per la formazione continua
Swiss Federation for Adult Learning

with funding from

movetia Austausch und Mobilität
Echanges et mobilité
Scambi e mobilità
Exchange and mobility



Erasmus+

This project has been funded with support from the European Commission.

This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Project number: 2017-1-FR01-KA204-037152.

