

Workshop IV:

Business Plan
Best practises

Autonapůl

Environmentální ekonomie

Zadání k WS2

- Navrhnete podnikatelský záměr a vytvořte podnikatelský plán k aktivitě, projektu či činnosti, která přispívá k rozvoji udržitelné ekonomiky, tj. ekonomiky respektující environmentální limity, ale vychází ze spotřebitelských vzorců společnosti.
- Návrh základní struktury podnikatelského plánu najdete dále v prezentaci, včetně detailnějšího rozepsání jednotlivých bodů.
- Podnikatelský plán budete tvořit ve skupinách po 3-4 studentech. Rozsah je minimálně 6 stran A4. Termín odevzdání je 7. 12. 2016 do odevzdáárny v Isu.

Základní struktura

- Klíčové body projektu
- Analýzy
- Shrnutí – SWOT
- Návrhová část
- Finance

Klíčové body projektu

- Cíle a vize projektu (hlavní cíl, dílčí cíle, vize)
- Zákazníci (cílová skupina)
- Produkt (co?)
- (Ochrana duševního vlastnictví)
- (Tým)

Cíle

- Definujte cíle, kterých chcete dosáhnout a v jakém čase
 - Pravidlo SMART
 - Cíl musí být
 - Specifický (jasně definovaný)
 - Měřitelný
 - Dosažitelný
 - Reálný
 - Časově vázaný
- Identifikujte zlomové body Vašeho projektu
- Popište firmu, jak ji chcete vidět za 3 roky

Zákazníci

- Kdo bude vaším zákazníkem? Pro koho je výrobek / služba určena? (Identifikace typů zákazníka pro váš produkt a popis velikosti segmentu trhu)
- Jaké potřeby váš výrobek / služba uspokojuje.
- Jakým způsobem je daná potřeba uspokojována v současnosti?
- Jaké jsou nevýhody současných řešení na trhu?
- Co ovlivňuje míru potřeby vašich budoucích zákazníků, resp. jejich ochotu váš produkt nebo službu využívat?
- Rozdělte vaše potenciální zákazníky na segmenty podle jejich potřeb a způsobu používání nabízeného produktu nebo služby
- Odhadněte celkový obrat těchto zákaznických segmentů (je třeba přesvědčit investory, že produkt má trh, na kterém je možné vytvořit zisk.)

Produkt

- Vysvětlete, zda jde o fyzický výrobek, službu nebo např. licenci
- Charakterizujte jej a popište jeho výhody
- Objasněte, jakou potřebu zákazníků váš produkt nebo služba řeší
- Popište jeho jedinečnost a inovativnost

Duševní vlastnictví

- Jaký je současný stav vývoje vašeho výrobku?
- Je nutný další vývoj? Jak dlouho potrvá? Kolik bude stát?
- Vyjmenujte patenty, obchodní značky, copyright nebo jiná práva, která již vlastníte nebo hodláte uplatnit.
- V jaké fázi se ochrana vašeho duševního vlastnictví nachází?
- Jak je smluvně zajištěna mlčenlivost (mezi subjekty, které s projektem přijdou do styku)?
- Existují nevyřešené spory o vlastnictví, vztahující se k daným právům? Zvažte možné následky pro vaše podnikání
- Uveďte smluvní práva nebo dohody (např. licence), která vám zabezpečují exkluzivitu nebo vlastnictví práv duševního vlastnictví

Analýzy

- Trh
 - Segmenty
 - Konkurenční produkty
 - Síla konkurentů
- Dodavatelé
- Odběratelé
- Výrobní proces
- Výzkum a vývoj
- Kontext – legislativa, normy

Segmenty

- Popište charakter zákazníků v jednotlivých segmentech
- Popište jejich potřeby a motivy využívání vašeho produktu nebo služby
- Jaká je dynamika trhu?
- Jaká je současná velikost prodeje v příslušném segmentu?
- Jaký je tržní potenciál v penězích a očekávaný vývoj trhu?
- Popište segmenty trhu z hlediska
 - geografického (kde lze prodávat, jaké jsou lokální rozdíly)
 - demografického
 - životního stylu
 - kupní síly

Konkurenční produkty

- Jaké jsou konkurenční produkty na trhu, jejich cena, kvalita, historie a obsluhované segmenty trhu?
- Popište silné a slabé stránky konkurenčních produktů
- Uveďte jejich tržní podíl, potenciál jejich růstu a očekávaný vývoj
- Má náš produkt na trhu substituty (tj. může být potřeba zákazníků uspokojena odlišným způsobem?)

Síla konkurentů

- Kdo jsou vaši konkurenti, jejich velikost a obsluhované segmenty trhu?
- Chcete s nimi soupeřit v jejich prioritním segmentu?
- Jsou finančně silní?
- Jakou mají reputaci a vztahy s dodavateli a odběrateli?)
- Jejich silné a slabé stránky (např. schopnost inovace, flexibilita, vlastnictví distribuční sítě, dlouhodobé postavení apod.)

Dodavateľsko-odberateľské vzťahy

- Dodavateľé
 - Kdo jsou vaši současní a potenciální dodavateľé. Jsou někteří z nich pro nás klíčoví (jaký je stupeň závislosti)?
 - Jejich množství, spolehlivost, kvalita, ceny
 - Jak jsou organizovány vzťahy vaší firmy s dodavateľi a subdodavateľi: délka výrobního cyklu, frekvence dodávek, atd.?
- Odběratelé
 - Kdo jsou vaši současní a potenciální odběratelé. Jsou někteří z nich pro vás klíčoví (jaký je stupeň závislosti)?
 - Stanovte jejich problémy, potřeby, odhadněte tržní velikost a růstový potenciál

Výrobní proces

- Popište proces vzniku vašeho produktu nebo služby krok po kroku.
- Jaké dovednosti a kvalifikaci si vyžaduje výrobní proces?
- Jaké speciální dodávky?
- Co určuje strukturu nákladů?
- Zjistěte jednotkové náklady vašeho produktu a najděte bod zlomu (break-event point) pro výrobu
- V kalkulaci je třeba zohlednit náklady jako
 - materiál, suroviny
 - subdodávky
 - jiné služby
 - strojní zařízení/vybavení
 - údržba
 - průběžné náklady /running costs/
 - personál
- Jaké jsou celkové náklady na:
 - strojní zařízení a vybavení (pořízení, opotřebení, servis a údržba)
 - vývoj
 - výrobu (materiál, suroviny a subdodávky)
 - provoz
 - zaměstnance
 - prodej (sklad, balení, pojištění, doprava)
 - marketing

Shrnutí – SWOT



Návrhová část

- Cíle a vize projektu (hlavní cíl, dílčí cíle, vize)
- Strategie
 - Produkty – co budeme vyrábět / poskytovat
 - Ceny – za kolik
 - Distribuce – kde a komu
 - Propagace – jak zaujmete zákazníka

 - Procesy – jak je zorganizována výroba nebo dodávka služeb
 - Lidé

Cena

- Jaké ceny převládají v současnosti na trhu?
- Za jakou cenu budete produkty prodávat vy?
- Definujte cenovou strategii a porovnejte ji s vašimi konkurenty.
- Jakou má výrobek přidanou hodnotu pro zákazníka?

Distribuce

- Popište váš prodejní řetězec (přes koho bude prodávat, co to bude stát?)
- Jaké jsou Vaše prodejní cíle – množství (i podle tržních segmentů, např. z geografického hlediska)
- Jaké distribuční kanály použijete? (přímý prodej konečnému zákazníkovi, prodej přes distribuční síť
- (exkluzivně nebo ne) atd.) Jaké objemy prodeje hodláte uskutečnit přes jednotlivé distribuční kanály (odhad
- v čase)?
- U velkých produktů zohledněte relevantní přepravní náklady ve vztahu k prodejní ceně (doprava, pojištění,
- úvěr)
- Budete své výrobky / služby vyvážet i do zahraničí?
- Jaký poprodejní servis svým zákazníkům nabídnete? Jak tento servis zajistíte?

Propagace

- Jakým způsobem budete propagovat vaše výrobky / služby?
- Jakým způsobem chcete kontaktovat své zákazníky?
- Jaké je načasování propagačních aktivit a s jakým rozpočtem (reklamní kampaň, účast na výstavách, veletrzích, direct marketing, noviny, Internet)?
- Jaké marketingové komunikační nástroje budou používány: reklama, firemní dokumentace, vizualizační pomůcky, katalogy, značky (značkové produkty), loga, slogany, public relations, tiskové zprávy, Internet, atd.?

Procesy & Lidé

- Procesy
 - Jak jsou ve firmě definovány procesy?
 - Kdo je interně ve firmě zodpovědný za realizaci jednotlivých procesů?
 - Jaké jsou kompetence, časová náročnost, odhad nákladů na zajištění jednotlivých procesů?
- Lidé
 - Jaké typy pracovníků bude potřeba na jednotlivé pozice?
 - Jakou mají mít kvalifikaci, zkušenosti, certifikace apod.?
 - Kolik budou stát?

Finance

- Náklady
 - Před spuštěním projektu
 - Náklady během fungování projektu
- Předpoklad příjmů
- Projekce cash-flow
 - Bod zvratu - *moment, kdy se výnosy poprvé od začátku projektu rovnají nákladům. Do této doby je rozdíl mezi výnosy a náklady negativní (peníze jsou především odčerpávány). Od tohoto bodu už začíná firma vydělávat*
- Finanční zajištění projektu

Finanční zajištění projektu

- Jaké máte nyní k dispozici finanční prostředky?
- Odpovídají prostředky rozsahem potřebám projektu?
- Pokud neodpovídají, jaké finanční zdroje jsou pro realizaci projektu potřeba?
- Máte představu, kde a za jakých podmínek tyto zdroje získáte?

Děkuji za pozornost