

תוכנית עסקית למיזם



התאגדות העסקים הקטנים

מובילים לשינוי בזכות העסקים הקטנים

תוכנית עסקית

✓ המודל העסקי והאסטרטגיה

✓ שיווק ומכירות

✓ נכסים, מוניטין והנהלה

✓ תפעול וכ"א

✓ תחזית פיננסית

✓ גורמים קריטיים להצלחה

✓ תמצית מנהלים

✓ הרעיון העסקי

✓ המוצר/השירות

✓ השוק

✓ התחרות



תמצית מנהלים

1. תיאור החברה או המיזם
2. חזון ויעדים לשנים הקרובות
3. תיאור המוצר/השירות
4. המודל העסקי, אסטרטגיה עסקית, יתרונות / גורמי בידול שיהוו מפתח להצלחה
5. תוכנית שיווקית ודרכי חדירה לשוק
6. אבני דרך מרכזיות בהתפתחות החברה
7. ניתוח תמציתי של הכנסות, הוצאות, רווח צפוי ונק' איזון
8. תמצית תזרים מזומנים צפוי בשלבי ההתפתחות השונים של החברה
9. בעלי התפקידים בחברה, הרקע שלהם, ניסיון רלוונטי ותרומתם להצלחה



הרעיון העסקי

1. איזו בעיה פותר העסק ללקוחות פוטנציאליים
2. מה הצורך שהעסק שלך נותן לו מענה
3. מהות העסק: כיצד הוא פותר את הבעיה ללקוחות ועונה על הצורך בשוק.
4. מה הערך שהפתרון מביא ללקוחות פוטנציאליים
5. מהי ההזדמנות העסקית – מי יהיה מוכן לשלם עבור הפיתרון המוצע



המוצר / השירות

1. תיאור הצורך עליו עונה המוצר / שירות ופירוט לגבי התאמתו כמענה לצורך זה

2. פירוט המוצר / שירות המוצע והדגשת המאפיינים הייחודיים המבדלים אותו מפתרונות אחרים לאותו צורך.

3. פרטים הנוגעים למוצר / שירות מנקודת מבטו של הלקוח:

➤ צורת השימוש במוצר / שירות

➤ מיתוג המוצר

➤ מחיר ועלויות השימוש



התאגדות העסקים הקטנים
מובילים לשינוי בזכות העסקים הקטנים

המוצר / השירות

4. אם יש אתר אינטרנט כחלק מרכזי במוצר / שירות (לא רק כאמצעי שיווק), תיאור של האתר

5. תמחיר – כיצד חושב, עלויות, תשלומי העברה, העמסות ורווח

6. הערך שמביא המוצר / שירות הן ללקוח / למשתמש הסופי והן לספקים / שותפים אסטרטגיים

7. אמצעי ייצור מרכזיים שיעשה בהם שימוש

8. תיאור הטכנולוגיה שמאחורי המוצר וההגנות עליה (זכויות יוצרים, פטנט)



התאגדות העסקים הקטנים
מובילים לשינוי בזכות העסקים הקטנים

השוק

1. תיאור השוק/הענף

- שוק היעד ברמת המאקרו
- גודלו הנוכחי וכיווני התפתחות
- שחקנים בשוק (מובילים ואחרים)
- מדוע נכון לחדור לשוק עכשיו עם פתרון המוצע

2. הנכונות לשלם עבור הפתרון – מי הצרכנים הפוטנציאליים שיהיו מוכנים לשלם

עבור הפתרון המוצע ומה תהיה נכונותם לשלם

3. פוטנציאל השוק – מהו הפוטנציאל הכספי של שוק הצרכנים, כולל תחזית

התפתחות (פוטנציאל תיאורטי ולא תוכנית מכירות)



התאגדות העסקים הקטנים
מובילים לשינוי בזכות העסקים הקטנים

השוק

4. פילוח השוק

- מה פרופיל הצרכנים הפוטנציאליים
- פירוט קהל היעד לגבי כל פלח
- הרגלי צריכה
- מיקום גיאוגרפי
- צרכים ומאפיינים נוספים

5. **אופנה** – האם יש בשוק אופנות או פתרונות מקובלים, עד כמה הם זמניים / קבועים, האם השפעתם קצרה / ארוכת טווח וכיצד ישפיעו על החדירה לשוק של הפתרון המוצע



השוק

6. מתחרים ותחרות

- תקציר פרק התחרות המתאר מי המתחרים העיקריים
- יתרונותיהם וחסרונותיהם לעומת הפתרון המוצע
- כיצד מוצע להתמודד בהצלחה עם כל אחד מהם

7. חסמי כניסה לשוק – האם קיימים, כיצד ישפיעו על החדירה לשוק של הפתרון

המוצע, כיצד ישפיעו על מתחרים עתידיים



התחרות

1. הגדרת השוק או השווקים שבהם נבחן את המתחרים הישירים והפוטנציאליים

2. תיאור הגורמים המתחרים במוצר / שירות:

➤ מאפייני החברה / העסק

➤ תיאור ארגוני

➤ תיאור המוצר המתחרה

➤ נתח שוק

➤ כיווני התפתחות

➤ מאפיינים נוספים



תאגודת העסקים הקטנים
מובילים לשינוי בזכות העסקים הקטנים

התחרות

3. הגדרת הקריטריונים להשוואה בין המוצר / שירות לבין המתחרים:

- איכות
- מחיר
- מגוון
- קהל היעד
- הכרת השוק



התאגדות העסקים הקטנים
מובילים לשינוי בזכות העסקים הקטנים

התחרות

4. ניתוח המוצרים / שירותים המתחרים בהשוואה לזה שלנו ע"ב הקריטריונים שנבחרו

מוצר מתחרה	מוצר שלנו	סעיף
		איכות
		מחיר
		מגוון
		קהל היעד
		הכרת השוק

5. פירוט תוכנית הפעולה להתמודדות המרכזית המתוכננת אל מול כל אחד מהמתחרים



התאגדות העסקים הקטנים
מובילים לשינוי בזכות העסקים הקטנים

המודל העסקי והאסטרטגיה

המודל העסקי הוא תמצית הווייתו של כל מיזם עסקי המגדיר כיצד הוא מתכנן לגדול, להתפתח ולהיות רווחי.

רגע לפני פיתוח המודל העסקי וגיבוש האסטרטגיה נדרש:

- לנתח את הסביבה העסקית של המיזם
- להבין את הכוחות הפועלים בשוק
- להגדיר כיצד המיזם עונה על צרכי הלקוחות הפוטנציאליים
- לבדוק מי יהיה מוכן לשלם עבור הפתרון
- למקד את היתרונות וגורמי הבידול של הפתרון המוצע



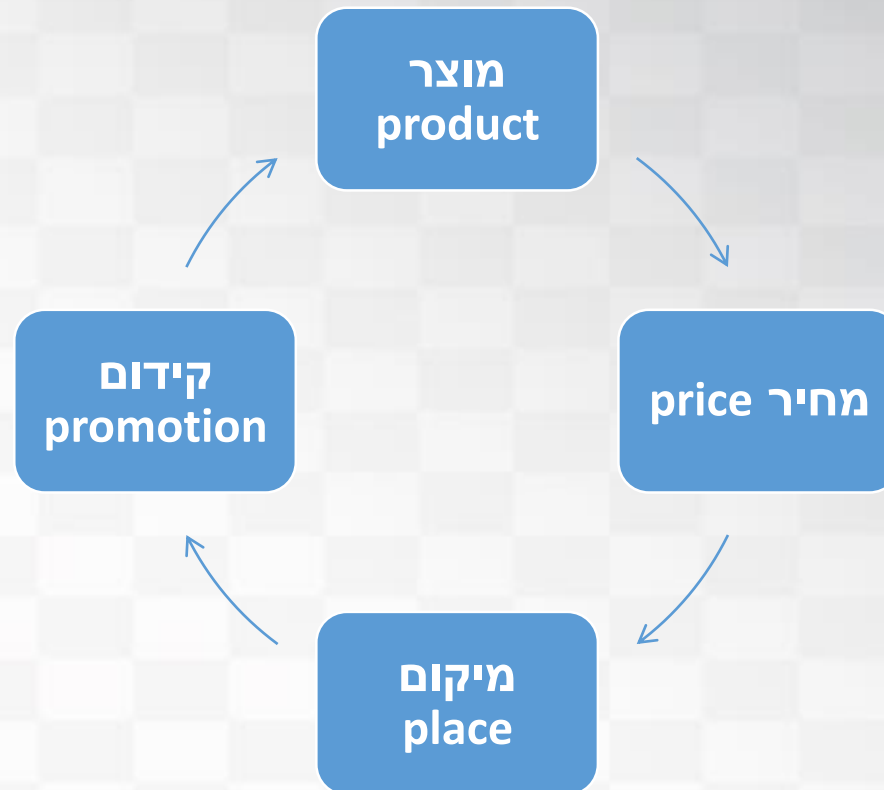
המודל העסקי והאסטרטגיה

1. החזון העסקי
2. המטרות המרכזיות של המיזם ואבני הדרך להגיע אליהן
3. תיאור המודל העסקי – איך המיזם יהיה רווחי
4. מקורות ההכנסה והרווח המתוכננים
5. אסטרטגיית החדירה לשוק – איך מגיעים אל הלקוחות ודואגים לשמר אותם
6. אסטרטגיית השיווק – תיאור תמציתי של ערוצי השיווק, מסרים מרכזיים, המחרת מוצרים, עיצוב ומיתוג (יוצג בהרחבה בפרק שיווק ומכירות)
7. שת"פים מתוכננים



שיווק ומכירות

אסטרטגיית השיווק ע"פ ניתוח מודל '4PS':



התאגדות העסקים הקטנים
מובילים לשינוי בזכות העסקים הקטנים

שיווק ומכירות

1. מוצר (product):

- מה המוצר / שירות שיימכר
- יכולות המוצר
- איכות המוצר
- עיצוב ומיתוג
- אריזה
- מדיניות השירות
- אחריות והחזרות
- כיווני פיתוח עתידיים



שיווק ומכירות

2. מחיר (price):

- מחיר המוצר / שירות וע"פ מה נקבע
- תנאי התשלום
- הנחות ומבצעים
- מחיר חדירה לשוק
- שינוי המחיר בהתאם לרמות הביקוש



שיווק ומכירות

3. מיקום (place):

- מהם ערוצי השיווק והמכירה
- כיסוי שוק, גאוגרפיות
- מיקום נקודת המכירה
- אופן ניהול המלאי וההפצה



שיווק ומכירות

4. קידום (promotion):

- גודל ופריסת מערך השיווק
- מסרים שיווקיים מרכזיים
- תמהיל קידום המכירות
- מדיות חברתיות
- יחסי ציבור
- תצוגות, חסויות



שיווק ומכירות

- יעדים שיווקיים בשלבי התפתחות המיזם
- תקציב שיווק ומכירות רבעוני ופרוט עלויות צפויות של ערוצי השיווק והפרסום, צוותי מכירות

רבעון 4	רבעון 3	רבעון 2	רבעון 1	
				קידום אתר
				קמפיין פייסבוק
				קטלוג מוצרים
				ניוזלטר

תחזית מכירות רבעוני



התאגדות העסקים הקטנים
מובילים לשינוי בזכות העסקים הקטנים

נכסים, מוניטין והנהלה

1. הצגת היזמים, רקע מקצועי, כישורים, ניסיון רלוונטי והתנסות משותפת
2. תיאור תמציתי על אנשי המפתח במיזם וציון הניסיון המקצועי הרלוונטי
3. הצגת גורמי המקצוע המייעצים לחברה
4. המבנה הארגוני של ההנהלה וציון תפקידי מפתח שטרם אוישו
5. הצגת תוכנית לחלוקת רווחים והקצאת מניות בחברה
6. הצגת נכסים רוחניים, מוניטין שיש לחברה או שהיא מתכוונת לפתח



תפעול וכ"א

1. כ"א נדרש לפי:

- כמויות
- כישורים
- עלויות שכר צפויות

2. בעסק יצרני:

- היכן יתקיים הייצור
- תשתיות וציוד נדרש
- אופן ניהול הייצור והמלאי
- חומרי גלם נדרשים ומקורם

3. מבנה ארגוני הכולל תרשים

4. מבנה תפעולי של גופים ובעלי תפקידים מרכזיים

5. עלויות הנהלה וכלליות בעלי סעיפי הוצאה

מרכזיים



תאגודת העסקים הקטנים
מובילים לשינוי בזכות העסקים הקטנים

תחזית פיננסית

1. מצב פיננסי וצרכים מימונים של המיזם
2. מקורות מימון מתוכננים – הון עצמי, גיוס אשראי בנקאי / חוץ בנקאי, מימון מהכנסות שוטפות
3. דו"ח הכולל את פירוט ההוצאות הצפויות ב-5 שנים הקרובות כתלות בקצב ההתפתחותי
4. דו"ח הכולל את פירוט ההכנסות הצפויות ב-5 שנים הקרובות המציג אבני דרך בפיתוח, קצב חדירה, נתח שוק צפוי
5. תזרים מזומנים צפוי לפעילות העסקית



תחזית פיננסית

6. ניתוח רווח גולמי, רווח תפעולי (EBITDA) ויחסים פיננסיים
7. ניתוח נקודת האיזון של המיזם ותקופת הזמן להשגתה
8. ניתוח תקופת החזר ההשקעה הנדרשת והגורמים לכך
9. פירוט ההשערות עליהן מבוססות התחזיות, בדגש על משתנים קריטיים וגורמי סיכון ודרך ההתמודדות איתם



גורמים קריטיים להצלחה

1. מהם הגורמים הקריטיים וכיצד הצלחת המיזם תלויה בהם
2. כיצד ניתן להבטיח את הצלחת הגורם הקריטי ובאילו אמצעים יש לנקוט
3. חלופות אפשרויות נוספות במקרה של אי קיום הגורם הקריטי וכיצד ישפיעו על התחזיות בתוכנית העסקית



תודה על ההקשבה



התאגדות העסקים הקטנים
מובילים לשינוי בזכות העסקים הקטנים