

# Podnikatelské záměry

Jan Prokůpek, Miroslav Sklenář

# Obsah

<b>1</b>	<b>Shrnutí . . . . .</b>	<b>3</b>
1.1	Jméno a místo podnikání . . . . .	3
1.2	Obchodní koncept . . . . .	3
1.3	Prodáváný produkt/služba . . . . .	3
1.4	Plněná potřeba na trhu . . . . .	3
1.5	Konkurenční výhoda . . . . .	3
1.6	Klíčové faktory úspěchu . . . . .	3
1.7	Ziskovost . . . . .	4
1.8	Momentální situace . . . . .	4
1.9	Účel podnikatelského plánu . . . . .	4
1.10	Potřeba investice . . . . .	4
<b>2</b>	<b>Představení společnosti . . . . .</b>	<b>5</b>
<b>3</b>	<b>Produkt . . . . .</b>	<b>5</b>
<b>4</b>	<b>Realizace . . . . .</b>	<b>5</b>
<b>5</b>	<b>Charakteristika trhu . . . . .</b>	<b>5</b>
5.1	Zákazníci . . . . .	5
5.2	Konkurence . . . . .	5
<b>6</b>	<b>Marketingový plán . . . . .</b>	<b>5</b>
<b>7</b>	<b>Finanční plán . . . . .</b>	<b>5</b>
<b>8</b>	<b>Rizika . . . . .</b>	<b>5</b>
<b>9</b>	<b>Závěr . . . . .</b>	<b>5</b>
<b>10</b>	<b>Seznam použité literatury . . . . .</b>	<b>5</b>
<b>11</b>	<b>Přílohy . . . . .</b>	<b>5</b>

# **1 Shrnutí**

## **1.1 Jméno a místo podnikání**

Hats for Cats s.r.o., sídlo v Brně, Česká republika.

## **1.2 Obchodní koncept**

Hats for Cats je originální značka specializující se na výrobu a prodej stylových, pohodlných a funkčních čepic pro kočky. Naším cílem je přinést do světa mazlíčků špetku originality a elegance, která potěší jak majitele, tak jejich kočičí společníky.

## **1.3 Prodávaný produkt/služba**

Nabízíme ručně vyráběné čepice pro kočky v různých stylech a velikostech, které jsou přizpůsobeny pohodlí a bezpečnosti zvířete. Produkty zahrnují sezónní kolekce (zimní čepice, letní kloboučky) i tematické modely (vánoční, narozeninové, apod.), či čepice kompletně na míru.

## **1.4 Plněná potřeba na trhu**

V současnosti chybí na trhu esteticky atraktivní a funkční doplňky pro kočky, které by splňovaly požadavky majitelů na kvalitu a design. Hats for Cats vyplňuje tuto mezeru a oslovuje rostoucí komunitu milovníků koček, kteří hledají jedinečné produkty pro své mazlíčky.

## **1.5 Konkurenční výhoda**

Naše konkurenční výhody spočívají v unikátním designu, použití kvalitních a hypoalergenních materiálů a důrazu na ruční výrobu. Dále se zaměřujeme na silný marketing na sociálních sítích, který osloví cílovou skupinu mladých a kreativních zákazníků.

## **1.6 Klíčové faktory úspěchu**

1. Kvalita a originalita produktů
2. Silná vizuální identita a marketingová strategie
3. Partnerství s obchody s potřebami pro zvířata, ostatními fashion obchody a online prodejem

4. Spokojenost zákazníků, přizpůsobivost objednávky a jejich doporučení

## **1.7 Ziskovost**

Očekáváme, že během prvního roku dosáhneme návratnosti investic díky nízkým provozním nákladům a atraktivní marži na našich produktech.

## **1.8 Momentální situace**

Projekt je ve fázi příprav, zahrnující tvorbu prvních prototypů, testování na trhu a sestavování marketingové kampaně.

## **1.9 Účel podnikatelského plánu**

Podnikatelský plán slouží k získání investice na zahájení výroby, marketingovou propagaci a rozšíření distribuční sítě.

## **1.10 Potřeba investice**

Požadujeme investici ve výši 500 000 Kč na pokrytí nákladů spojených s výrobou, marketingem a provozními výdaji během prvních šesti měsíců.

- 2 Představení společnosti
- 3 Produkt
- 4 Realizace
- 5 Charakteristika trhu
  - 5.1 Zákazníci
  - 5.2 Konkurence
- 6 Marketingový plán
- 7 Finanční plán
- 8 Rizika
- 9 Závěr
- 10 Seznam použité literatury
- 11 Přílohy

[1] ČSOB. *Komplexní podnikatelský plán*. DOCX soubor. 2024. URL: <https://www.pruvodcepodnikanim.cz/wp-content/uploads/2023/01/PP-Podnikatelsky-plan-2023-od-CSOB.docx>.