**İŞ PLANI**

1. **Kapak Sayfası**

Bu sayfada işletmenizin adını yazıp logosunu yerleştirin. Ayrıca ekip üyelerinizin adlarını da alfabetik olarak sıralayın. İş planının yazıldığı ayı ve yılı da belirtmeyi unutmayın.

1. **Vizyon, misyon, hedefler ve stratejiler**

**Vizyon:** Girişimcilerin ulaşmayı istedikleri yeri ve hedefi gösterir. Büyük hedefi gösteren, girişimcilerin işletmelerine olan güvenlerini vurgulayan bir cümledir, gelecekte ulaşmak/yaratmak istedikleri etkiyi anlatır.

**Misyon:** İşletmenin kurulma ve varolma nedeninin; ilgi alanlarının; kime, hangi ürün ve hizmetleri sunacağını ifade eder.

**Hedefler:** Orta vadede (5 yıl sonra) ve uzun vadede (10 yıl sonra) ulaşılması planlanan hedefler buraya yazılır. Hedeflerin ölçülebilir ve izlenebilir olması gerekir. Yani mümkün olduğunca sayı ile ifade edilmeleri gerekir.

**Örneğin Pazar payının ne olacağı, çalışan sayısının ne olacağı, dünyada kaç ülkeye satış yapılacağı gibi.**

**Stratejiler:** Hedeflere nasıl ulaşılacağını açıklanır. Hedeflere ulaşmak için çalışanlara eğitim uygulanması ya da müşteriler ile online veya yüz yüze ilişki kurulması gibi.

1. **Ürünün/ Hizmetin Tanımı:**

Geliştirip, pazarlayacağınız ürün/hizmetin tanımı, özellikleri, pazardaki rakiplerin farkları (inovatif özellikleri) ortaya konulur.

Geliştirilip pazara sunulacak ürün veya hizmet nedir?

Ürün/hizmetin hedef pazarı kimlerden oluşmaktadır?

Ürün/hizmetin özellikleri nelerdir?

Ürün ya da hizmetin tasarlanması, geliştirilmesi, iyileştirilmesi, üretilmesi, ve pazarlanmasında kullanılacak inovatif yöntemlerin nelerdir?

Ayrıca inovasyon faaliyetleri için gerekli olan personel, araştırma, araç/gereç/teknoloji, makine finansman gibi ihtiyaçların nelerdir?

1. **GZFT analizi**

İşletmenizin, güçlü yanları neler (işletmeden kaynaklı olurlar)? Zayıf yanları neler (işletmeden kaynaklı olurlar)? Fırsatlar (etraftan veya şartlardan kaynaklı olur)? Tehditler (etraftan veya şartlardan kaynaklı olur)?

1. **Pazarlama Bölümü**
2. **Pazar Analizi**

Hedef Pazar, pazarın hacmi(yani büyüklüğü) veya hacmini büyüme potansiyeli.

Örneğin Türkiye için diş fırçası pazarı büyüklüğü yılda 17,3 milyon adet ve 31 milyon Yeni Türk Lirası’dır. Türkiye nüfusunu 70 milyon olduğuna göre nüfusun büyük bir kısmı diş fırçası kullanmıyor. Bu fırça kullanmayan kişilerin diş fırçası kullanmasını sağlamak için geliştireceğimiz ürün ve hizmetler bize inovasyon yapma fırstaı verir.

Rekabet analizi; rakip ürün veya hizmetlerin inceleyerek zayıf ve güçlü yönlerin değerlendirilmesi anlamına gelir. Ayrıca rakiplerin Pazar payı, dağıtım yöntemleri gibi bilgiler de toplanır ve değerlendirilir. Rakipleriniz kimler? Rakiplerin Pazar payları, satışları ve dağıtım yöntemleri neler? Rakip ürünün zayıf ve güçlü yanları neler? Pazardaki tahmini payınız nedir?

1. **Pazarlama planı**

Satış ve dağıtım: Ürün/ hizmetin nasıl satılacağı açıklanır.

Fiyatlandırma: Ürün ya da hizmetin nasıl fiyatlandırılacağı burada belirtilir. Bunun için ürün/hizmetin tasarlanmasından pazara sunulmasına kadar yapılacak masraflar (üretim, araç-gereç, makine, reklam, satış, çalışanların maaşları gibi) saptanır. Ayrıca rakiplerin benzer ürün ve hizmetlerinin fiyatları incelenir. Buna göre ürün veya hizmeti satmak için en uygun fiyat belirlenir.

Reklam: Ürün/ hizmet tanıtımı için ne tür reklam ve promosyon faaliyetleri yapılacağı bu bölümde açıklanır. Bu faaliyetlerin hangi kanallar kullanılarak gerçekleştirileceği de belirlenir.

1. **Üretim (Opsiyonel)**

Ürün üretiminin nerede yapılacağı ya da hizmetin nerede sunulacağı burada belirtilir. Bu yapılırken tedarikçilere ve müşterilere yakınlık, gerekli iş gücünün varlığı ve taşıma olanaklarının uygunluğu gibi kriterler değerlendirilir. Makine, araç gereç, bilgisayar, taşıt araçları gibi üretim için duyulan ihtiyaçların bir listesi de hazırlanır.

Ürün üretecekseniz üretimi nerede yapacaksnız? Hizmet ise bu hizmeti nerede sunacaksınız? Bu yerleri seçme nedenleriniz neler?Üretim/hizmet üretmek/ sunmak için ihtiyaç listeniz nedir?

1. **Finans (Opsiyonel)**

İşletmenin toplam finansman ihtiyacı bu bölümde hesaplanır. Finansman ihtiyacının hesaplanması için başlangıç yatırım giderleri ile işletme giderlerinin hesaplanması gerekir. Yatırım giderlerine örnek olarak; arsa bedeli, makine giderleri, verilirken işletme giderine örnek; personel, kira gibi giderler düşünülür.