

طرح کسب و کار دانش بنیان

سیستم اطلاعات پزشکی و سلامت کیتکو

K-HIS : (SAAS)

بهار 1401

**قرارداد محرمانگی**

امضا کننده ی این فرم تایید می نماید اطلاعات مندرج در این طرح کسب و کار ( سیستم اطلاعات پزشکی و سلامت کیتکو ) و تمامی پیوست های مربوطه شامل گزارشات ؛ آمار ها و مستندات مالی و پرسنلی بصورت طبیعی محرمانه فرض گردیده و انتشار شفاهی یا کتبی بخش یا کلی از اطلاعات مورد بحث منجر به صدمات شدید به شرکت کیتکو می گردد . همچنین امضا کننده تضمین می نماید در صورت درخواست ؛ مجموعه مدارک ارائه شده را بدون کاستی و در اسرع وقت به شرکت کیتکو عودت نماید.

امضا

نام و نام خانوادگی

تاریخ

**فهرست**

1. **[خلاصه طرح ( EXECUTIVE SUMMARY )](#خلاصهطرح)** 
   1. [ایده ی کلی طرح](#ایده)
   2. [شرح خلاصه ی محصول](#خلاصه)
   3. [اهداف کلی](#اهداف)
   4. [بازار هدف](#بازار)
   5. [مزیت های رقابتی](#رقابتی)
   6. [تیم مدیریت](#مدیریت)
   7. [پیش بینی اقتصادی](#پیشبینی)
2. [**شرح عملیات شرکت کیتکو**](#کیتکوشرح)
   1. [ماموریت شرکت کیتکو](#کیتکوماموریت)
   2. [فلسفه ی شرکت کیتکو و افق پیش رو](#کیتکوفلسفه)
   3. [اهداف شرکت کیتکو](#کیتکواهداف)
   4. [مشتریان کیتکو](#کیتکومشتریان)
   5. [کسب و کار شرکت کیتکو](#کیتکوکسبوکار)
   6. [ساختار حقوقی شرکت کیتکو](#کیتکوحقوقی)
3. [**تولید محصول و خدمات**](#محصولتولید)
   1. [محصول و خدمات پیشنهادی](#محصولمحصول)
   2. [مشکلات و عوارضی که محصول پیشنهادی برطرف می کند](#محصولمشکلات)
   3. [مزیت های رقابتی و ویژگی های افزوده در مقایسه با رقبا](#محصولمزیت)
   4. [روش قیمت گذاری محصول و خدمات](#محصولقیمتگذاری)
4. [**نقشه ی بازاریابی**](#نقشهبازاریابی)
   1. [تحقیق در بازار هدف ( SWOT )](#نقشهبازاریابیتحقیق)
      1. حجم کلی بازار
      2. رقبای اصلی بازار
      3. سهم هدف گذاری شده کیتکو در بازار هدف
      4. پیش بینی آینده بازار هدف
   2. [موانع ورود به بازار هدف ( SWOT )](#نقشهبازاریابیموانع)
      1. هزینه های راه اندازی استارتاپ
      2. هزینه های تولید
      3. هزینه های بازاریابی
      4. هزینه های تثبیت و معرفی برند کیتکو در بازار
      5. جذب پرسنل متخصص
      6. نیازمندی های تامین دانش خاص و تکتولوژی های دارای گواهی ثبت اختراع و پتنت بین المللی
      7. تعرفه های ، سهمیه ها و رانت رقبا
      8. موانع سازمان ها و اتحادیه های مرتبط با بازار هدف
   3. [تهدیدات و فرصت ها ( SWOT )](#نقشهبازاریابیتهدیدات)
      1. تغییرات در قوانین رگولاتوری حکومتی
      2. تغییرات در تکنولوژی
      3. تغییرات در وضعیت اقتصادی
      4. تغییرات در صنعت
   4. [ویژگی ها و فواید محصول و خدمات](#نقشهبازاریابیویژگیهای)
      1. خلاصه مهم ترین ویژگی های محصول
      2. خلاصه مهم ترین مزیت های محصول
   5. [مشتریان هدف](#نقشهبازاریابیمشتریان)
      1. روش شناسی نحوه ی تحلیل مشتریان
   6. [رقبای اصلی بازار](#نقشهبازاریابیرقبا)
      1. روش شناسی نحوه ی تحلیل رقبا
      2. آنالیز رقبا
   7. [جایابی و سهم از بازار](#نقشهبازاریابیجابجایی)
      1. روش شناسی تبلیغات
   8. [بودجه تبلیغات](#نقشهبازاریابیبودجه)
   9. [قیمت گذاری محصول و خدمات](#نقشهبازاریابیقیمتگذاری)
      1. تاثیر راهبرد قیمت گذاری بر سهم از بازار
      2. مقایسه قیمت رقبا
      3. اقدامات رقبا در تغییرات قیمت گذاری
      4. سیاست گذاری خدمات و اعتباردهی به مشتریان
   10. [موقعیت جغرافیایی اجرای طرح و خدمات](#نقشهبازاریابیموقعیت)
   11. [روش تحویل محصول و خدمات به بازار](#نقشهبازاریابیروش)
   12. [پیش بینی فروش 12 ماهه](#نقشهبازاریابیپیشبینی)
5. نقشه ی فعالیت ها
   1. تولید
   2. کنترل کیفیت
   3. موقعیت استقرار تیم
   4. نیازمندی های حقوقی
   5. پرسنل
   6. سخت افزار
   7. تامین کنندگان
   8. سیاست های فروش اعتباری خدمات و محصول
6. مدیریت و سازمان دهی
   1. نفرات کلیدی و بیوگرافی
   2. کمبود منابع انسانی و روش تامین
   3. مشاورین طرح
   4. چارت سازمانی
7. هزینه ها
   1. هزینه های راه اندازی استارتاپ
   2. صورتحساب راه اندازی روز اول فعالیت ها
   3. تضامین مالی از شرکای طرح
8. برنامه تامین مالی
   1. سود و زیان 12 ماهه ( P&L )
   2. سود و زیان 3 ساله
   3. برنامه جریان نقدینگی
   4. بیان روش برنامه تامین نقدینگی 3 ساله
   5. ترازنامه مالی پیشنهادی
   6. محاسبه سر به سر مالی ( BREAK-EVEN )
   7. برنامه استفاده از سرمایه
9. ضمایم
   1. توافق نامه ها و مکاتبات
   2. مالکیت فکری
   3. رزومه ها
   4. ابزار های تبلیغات و بازاربابی
   5. انتشارات
   6. نقشه ها
   7. لیست سخت افزار و نیازمندی
   8. مدارک مطالعه بازار
   9. فهرست دارایی ها و تضامین مالی
10. پالایش مالی طرح
    1. خلاصه اطلاعات مورد نیاز جهت جذب سرمایه از بانک ها
    2. خلاصه اطلاعات مورد نیاز جهت جذب سرمایه از سرمایه گذاران و اشخاص
    3. خلاصه اطلاعات طرح نرم افزار بعنوان خدمات ( SAAS )

**خلاصه طرح ( EXECUTIVE SUMMARY )**

**ایده کلی طرح**

ارائه ی خدمات در قالب نرم افزار (Software as a service : SaaS) با پوشش جامع اطلاعاتی کسب و کارهای پزشکی ، سلامت ، آزمایشگاهی و تشخیص طبی ، تولید دارویی-بهداشتی و تحقیقات دارویی و درمانی می باشد. لازم بذکر است در ادامه ی متن پیش رو از لغت **مدیکال** بعنوان نماینده ی تمام کسب و کارهای چرخه ی فوق الذکر استفاده خواهد گردید.

**شرح خلاصه ی محصول**

محصول پیشنهادی در برگیرنده ی یک بانک اطلاعاتی یکپارچه با داده های متصل جهت پوشش دهی جامع ماژول های نرم افزاری متعدد کسب و کارهای مدیکال می باشد که امکان ارائه ی سرویس بصورت ابری برای مشتریان خرد و محلی برای مشتریان بزرگ در آن دیده شده است.

چند زبانه بودن محصول پیشنهادی و یکپارچگی بانک اطلاعاتی مورد اشاره باعث خواهد گردید تا حوزه ی عملکرد ماژول های نرم افزاری از مرزهای کشور مادری فراتر و امکان گسترش در سطح بین المللی را فراهم خواهد ساخت.

ماژول های نرم افزاری بصورت مستقل و تخصصی برای هر کسب و کار مدیکال نوشته شده لیکن طراحی بانک اطلاعاتی و گردش اطلاعاتی بر اساس استاندارد های بین المللی مدیکال صورت گرفته که این امر هماهنگی سیستم اطلاعاتی ارائه شده با سیستم های تضمین کیفیت اروپایی و امریکایی نظیر GMP و ISO:13985 را تضمین خواهد نمود ، همچنین ماژول های ارائه شده بصورت تخصصی با در نظر گرفتن کلاس بندی سطح ایمنی پزشکی تولید و فرایند اعتبارسنجی نرم افزار و داده توسط مراجع داخلی و بین المللی انجام خواهد شد.

**اهداف کلی طرح**

پوشش مرحله ای کسب و کارهای مدیکال با ارائه ماژول های تخصصی بر اساس تحلیل بازار و نیازمندی ؛ افزایش یک به یک ماژول های کسب و کار با توجه به پیوستگی چرخه های کاری مدیکال و رسیدن به نقطه ی نهایی تولید که منجر به احاطه ی صد در صدی مجموعه ی کسب و کارهای بازار هدف و تکمیل سیکل تجاری از مرحله ی درخواست تا تحویل خدمات خواهد شد.

نقطه ی ایده آل برای ایستادن در بازار هدف ؛ شناخته شدن و پذیرش سیستم اطلاعاتی کیتکو بعنوان راهکار جامع اطلاعاتی پزشکی/بهداشتی در ابعاد جهانی می باشد.

**بازار هدف**

بازار هدف محصول و با توجه به چند زبانه بودن نرم افزار و گستردگی حوزه ی مورد بحث ، بصورت بین المللی در نظر گرفته شده است. بدلیل متدولوژی اجرای طرح (ماژولار بودن) ، بازار های متعدد بشکل مرحله ای مورد هدفگذاری قرار خواند گرفت لیکن فرایند انتخاب و ورود بر اساس تحلیل دقیق بازار که در ادامه ی متن به آن پرداخته خواهد شد صورت می پذیرد.

**مزیت های رقابتی**

نگرش آکادمیک و صنعتی به ساختار بانک داده ی یکپارچه ی سرویس و رعایت الزامات استاندارد بین المللی در طراحی نرم افزار مهم ترین مزیت رقابتی در سطح بین المللی می باشد ؛ همچنین میتوان به استفاده از تکنیک های نوین انبارش داده ؛ برنامه نویسی و تحلیل داده های عظیم در سطح کلان ؛ پوشش کسب و کارهای خرد و کلان ، چند زبانه بودن حتی در قالب یک نرم افزار که در مجموعه های چند زبانه کاربرد دارد ؛ پوشش چرخه های مالی ، انبار ، حقوق و دستمزد ، امکان تحلیل داده و ارائه گزارشات مستند علمی ، تحقیقاتی و سرمایه ای ، پوشش کامل چرخه های پزشکی و دارویی و تحقیقاتی بمنظور نتیجه گیری های علمی به عنوان مزیت های رقابتی این سیستم اشاره نمود.

**تیم مدیریت**

ساختار مدیریتی این طرح بر اساس مدل چابک اسکرام پیش بینی شده که در فاز طراحی از Predictive Method و پس از ارائه نسخه اولیه بصورت Adaptive Method تغییر خواهد یافت ؛ لذا عنواین مدیریتی پیش فرض از حضور نقش های Product Owner و Scrum Master در کنار نقش های کلاسیک مدیریت ارشد ، مالی و منابع انسانی بهره برداری خواهد شد.

**پیش بینی اقتصادی**

پیش بینی اقتصادی طرح مذکور بصورت سرمایه گذاری 24 ماهه برای ارائه نخستین ماژول نرم افزار (که از این پس تحت عنوان ماژول-صفر از آن یاد خواهیم کرد) و بازگشت سربه سر 36 ماهه سرمایه ی اولیه طرح از روز صفر صورت گرفته است ؛ همچنین گسترش ماژول های بعدی با استفاده از سود آورده ی ماژول-صفر صورت گرفته لذا فرایند تامین سرمایه تنها در 24 ماه نخست فعال خواهد بود. لازم بذکر است بدلیل گستردگی فرایند بازاریابی و تبلیغات ؛ بخش عمده ی سودآوری از فروش طرح در این بخش هزینه خواهد شد و برنامه ریزی های درآمدی کوتاه مدت جهت بالانس هزینه ها و سوددهی جانبی روی خدمات پشتیبانی سیستم انجام خواهد شد.

نگاه متوسط به سوددهی خالص برای این طرح بصورت درازمدت و 6 سال از تحویل نسخه ی اولیه ماژول-صفر خواهد بود.

**شرح عملیات شرکت کیتکو**

**ماموریت شرکت کیتکو**

كيتكو با ارائه مشاوره، طراحي، اجرا و پشتيباني مجموعه كامل و يكپارچه خدمات فناوري اطلاعات در تمام لايههاي سازمان مشتريان خود، اين امكان را فراهم ميكند تا با خيالي آسوده، فارغ از دغدغههاي فناورانه به اهداف و ماموريتهاي هستهي اصلي كسب وكار خود جامه عمل بپوشانند.

**فلسفه ی شرکت کیتکو و افق پیش رو**

رابطه برد، برد، برد

ارائه يكپارچه بهترين خدمات

مسئوليت پذيري

ارتقاي تجربه مشتري

ايجاد و حفظ اعتماد مشتري و تمركز بر ايجاد روابط بلندمدت

رعايت بالاترين استانداردهاي حرفهاي

رعايت استانداردهاي اخلاقي

توجه به مسير رشد كاركنان

**اهداف شرکت کیتکو**

كيتكو به عنوان شركتي پيشرو و نوآور در ارائه خدمات فناوري اطلاعات، اولين انتخاب مشترياني باشد كه ميخواهند خدمات و راهكارهاي فناوري اطلاعات امن و يكپارچه را منطبق بر بالاترين استاندارهاي بينالمللي به صورت زنجيره كامل دريافت كنند.

**مشتریان شرکت کیتکو**

استفاده اكثر سازمانها از راهكارهاي مبتني بر فناوري اطلاعات گسترش يافته است. لذا كيتكو در صدد آن است كه ارائه خدمات تخصصي در حوزه فناوري اطلاعات را غير از شركتها و كارفرماهاي گروه كيسون، به تمامي شركتهاي متقاضي در سراسر كشور افزايش دهد. البته با توجه به حجم تقاضاي موجود در بازار اين صنعت، تعداد رقباي ارائه دهنده خدمات فوقالذكر نيز در حال افزايش بوده و ايجاد تحول و نوآوري (ايجاد وجه تمايز) در ارائه خدمات ضروري به نظر ميرسد. همچنين با توجه به شرايط اقتصادي موجود و كاهش قدرت نقدينگي كارفرمايان، فعاليتهاي جاري شركت و اخذ پروژههاي جديد با چالشهاي جدي مواجه شدهاست. از جمله بازارهاي هدف خارج از صنعت ساخت، ميتوان به ارائه خدمات يكپارچه و امن فناوري اطلاعات در حوزه مشاوره، طراحي، تامين، اجرا و پشتيباني در صنايع پزشكي، توريسم و بيمه دانست. در بازار فعلي ايران شركتي كه بتواند تمامي خدمات حوزه فناوري اطلاعات را به مانند شركت كيتكو بهصورت يكپارچه ارائه دهد وجود ندارد.

**کسب و کار شرکت کیتکو**

معماري اطلاعات سازماني

زيرساخت و شبكه از جمله مراكز داده

سيستمهاي اطلاعاتي و نرمافزار از جمله سيستمهاي سازماني، سيستمهاي اطلاعاتي پروژه محور

ارتباطات ثابت و همراه از جمله خطوط تلفن، اينترنت و اختصاصي

تجهيز و تامين تمامي كالاها و تجهيزات فناوري اطلاعات از جمله كامپيوتر، سرور،سوييچ، روتر، فايروال

امنيت اطلاعات سازماني از جمله امنيت شبكه، ارزيابي امنيتي و آسيبپذيري، سيستم مديريت امنيت اطلاعات

تعميرات تخصصي تمامي اقلام سخت افزاري مانند پرينتر، اسكنر، كامپيوتر، سرور

**ساختار حقوقی شرکت کیتکو**

قانون تامين اجتماعي

قانون ماليات بر ارزش افزوده

قانون مالياتهاي مستقيم

قانون برنامه و بودجه

گواهينامه احراز صلاحيت و رتبهبندي شوراي عالي انفورماتيك

گواهينامه صلاحيت ايمني پيمانكاران

|  |  |
| --- | --- |
| **عنوان کسب و کار** | **شرکت فناوری اطلاعات کیسون (کیتکو)** |
| **برنامه شرکت** |  |
| **ارزش ها و فلسفه** |  |
| **افق دید** |  |
| **اهداف و نقاط کلیدی** |  |
| **بازار هدف** |  |
| **رقبای بازار** |  |
| **مالکیت و خلاصه حقوقی شرکت** |  |

**تولید محصول و خدمات**

**محصول و خدمات پیشنهادی**

محصول پیشنهادی در قالب نرم افزار بعنوان سرویس (SaaS) طبقه بندی شده که به سه صورت میزبانی اختصاصی و اشتراکی توسط کیتکو در دیتاسنتر شرکت و یا نصب و تحویل در محل مشتری قابل ارائه می باشد.

تصویر کلی ساختار سرویس

**مشکلات و عوارضی که محصول پیشنهادی برطرف می کند**

سیستم های اطلاعات مدیکال نگهدارنده ی داده های خرد تا عظیم تاریخچه ی فرایند تولید تا درمان داروها و بیماران و کادر تولید و درمان ، تحویل تا ترخیص مواد اولیه ی تولید ملزومات پزشکی بهداشتی ، نتایج آزمایشگاه های شیمیایی و فیزیکی ، آزمایشات تشخیص طبی ، پزشکی هسته ای ، زنجیره های تامین و تحویل و .... .... می باشند ، گسستگی سیستم های اطلاعاتی مذکور منجر به از بین رفتن اطلاعات ارزشمند پزشکی بوده که همواره جهت تحلیل داده و نتیجه گیری های علمی مورد استفاده دولت ها ، سیستم های درمان و تولید دارو می باشد ، خدمات پیشنهادی با توجه به یکپارچگی بانک اطلاعاتی امکان ردیابی سریع تمامی تاریخچه ی سیکل مدیکال را برای مشتریان فراهم می آورد ، این مهم با پیروی از استاندارد هایی نظیر GMP و Iso13485 که بصورت تخصصی فرایند های تولید دارو و درمان را بر عهده دارند امکان پذیر می باشد .

در حوزه ی تحقیقات پزشکی و دارویی نیز وجود سیستم های متصل تحت وب جهت جمع آوری اطلاعات درمانی بیماران و تجویز دارو و روش درمانی امکان تحلیل داده های عظیم پزشکی به مجموعه های تحقیقاتی با حداقل هزینه را می دهد ، لازم بذکر است هم اکنون سازمان های تحقیقات پزشکی مانند انستیتو کنسر تهران با صرف هزینه های هنگفت بصورت مستقل و با استفاده از تیم های فناوری اطلاعات در حال اجرای طرح های تحقیقاتی خود بوده که جزایری از این دست در کشور فراوان می باشند ، چه بسا یک پارچه سازی نتایج تحقیقات دیگر مراکز علمی در یک قالب منجر به کشف نتایج ارزشمند با حداقل هزینه خواهد گشت.

در حوزه ی آزمایشگاه های تشخیص طبی ، بیولوژیک ، هسته ای ، رادیوگرافی و فیزیکی ، ارائه ی یک سیستم ساده سازی شده که فرایند های این مراکز را از لحظه ی ورود و مراحل داخلی و در نهایت ارائه ی نتایج بصورت آنلاین و لحظه ای پوشش دهد می تواند ضمن ایجاد رضایت در تمامی سطوح ، نگهداشت اطلاعات جهت کاربردهای تحلیل داده ای آتی را تسهیل نماید . از دیگر فواید چنین سیستمی می توان به آسان سازی انبارش و کنترل مواد اولیه مورد استفاده در آزمایشگاه ها نظیر نقاط سفارش فیلم های رادیوگرافی ، کاغذ های تستر ، ترکیبات شیمیایی ، کاتالیزور ها ، ید و اقلام رادیواکتیو و غیره اشاره نمود.

در حوزه ی کارخانه های تولیدی دارویی و بهداشتی و دارخوانه ها که در مجموع سیکل زنجیره تامین یکپارچه را تشکیل می دهند ، وجود یک سیستم اطلاعاتی که تمامی فرایند ها را تحت پوشش قرار دهد منجر به ساده سازی ردیابی اتفاقات و جریانات پیش آمده برای هر محصول شده که علاوه بر روان سازی جریان زنجیره های تامین شده ؛ خود داده ای بسیار ارزشمند در تحقیقات پزشکی می باشد .

همچنین می توان علاوه بر ه مثال های فوق الذکر ؛ فرایند های مالی و انبارش را نیز افزود که خود به تنهایی ارزش افزوده ای بالا در زمینه ی محاسبه ی هزینه های تمام شده ، حقوق و دستمزد ، سود و زیان ، انبارش و انبارگردانی ، شناسای تقلب و ... را افزود ، شاید بتوان ادعا کرد که این بخش خاص که در ظاهر جدا از روح یک سیستم اطلاعات مدیکال باشد ؛ خود وزن ویژه ای در جذب مشتری داشته باشد.

لذا با توجه به وضعیت کنونی بازار و عدم وجود چنین سیستم یک پارچه ای میتوان ادعا نمود ارائه چنین خدمتی بعنوان یک محصول استراتژیک در سطح ملی دارای پتانسیل بالا در جذب سرمایه گذاران دولتی و نیمه خصوصی بوده و همچنین با گسترش ارتباطات بین المللی ، وجود بازارهای خارجی و کم بودن رقبای خارجی می توان به این طرح بعنوان یک طرح دانش بنیان با قابلیت صادرات عظیم نرم افزاری که تاکنون در کشور ایران وجود نداشته است اشاره نمود.

**مزیت های رقابتی و ویژگی های افزوده در مقایسه با رقبا**

مزیت اصلی رقابتی برای سیستم پیشنهادی ؛ پیاده سازی بر ساختار وب و بانک اطلاعاتی متمرکز بوده که امکان ارائه سرویس روی تمام پلتفرم های دیجیتال را داشته همچنین مدل اجرای این سرویس امکان میزبانی بصورت ابری را چه برای هسته اصلی کسب و کار کیتکو و چه برای مشتریان عمده و چند شعبه ای فراهم خواهد ساخت. ذاتا این متد اجرا منجر به کاهش هزینه های نصب و نگهداری و ایجاد بستر گرداوری داده ها بمنظور داده کاوی های علمی و مالی خواهد شد.

|  |  |
| --- | --- |
| **عنوان کسب و کار** | سیستم اطلاعات پزشکی و سلامت کیتکو |
| **ایده ی محصول و خدمات** | پوشش اطلاعاتی حوزه پزشکی ، درمان ، دارویی ، تولیدی ، آزمایشگاهی و خدمات |
| **فواید ویژه** | رقابت در سطح بین المللی و بازار تخصصی  بانک داده یکپارچه  ماژول های تخصصی هر کسب و کار  امکان اتصال ماژول ها  تحلیل داده  پوشش مالی و منابع انسانی |
| **ویژگی های اختصاصی** | تحت وب  سرویس به مشتریان خرد و کلان بر بستر کلاد یا فیزیکی |
| **محدودیت ها** | مجوز های سازمانی مورد نیاز  نفوذ و نشت اطلاعات  مشاورین  منابع انسانی  گستردگی بازار |
| **تولید و تحویل** | برنامه ریزی تولید 12 ماهه برای ماژول-صفر  انتخاب ماژول-صفر بر اساس تحلیل بازار  چرخه تولید نرم افزار دایمی و گسترش ماژول های بعدی |
| **تامین کنندگان** |  |
| **حقوق مالکیت فکری** | مشاورین  API های مورد نیاز  ارتباط با تامین کنندگان سخت افزار پزشکی و تولیدی بمنظور دسترسی به SDK |
| **شرح خدمات و محصول** |  |

**روش قیمت گذاری محصول و خدمات**

**؟**

**نقشه ی بازاریابی**

**تحقیق در بازار هدف ( SWOT )**

حجم کلی بازار

رقبای اصلی بازار

سهم هدف گذاری شده کیتکو در بازار هدف

پیش بینی آینده بازار هدف

**موانع ورود به بازار هدف ( SWOT )**

هزینه های راه اندازی استارتاپ

هزینه های تولید

هزینه های بازاریابی

هزینه های تثبیت و معرفی برند کیتکو در بازار

جذب پرسنل متخصص

نیازمندی های تامین دانش خاص و تکتولوژی های دارای گواهی ثبت اختراع و پتنت بین المللی

تعرفه های ، سهمیه ها و رانت رقبا

موانع سازمان ها و اتحادیه های مرتبط با بازار هدف

**تهدیدات و فرصت ها ( SWOT )**

تغییرات در قوانین رگولاتوری حکومتی

تغییرات در تکنولوژی

تغییرات در وضعیت اقتصادی

تغییرات در صنعت

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **تحدید ها** | **نقاط قوت** | **نقاط ضعف** | **فرصت ها** |  |
|  |  |  |  | **خدمات** |
|  |  |  |  | **برند** |
|  |  |  |  | **منابع انسانی** |
|  |  |  |  | **سرمایه** |
|  |  |  |  | **راه اندازی و مدیریت** |
|  |  |  |  | **بازار** |
| **نقاط قوت ذکر شده چگونه منجر به رفع نقاط ضعف و تحدیدها می گردد** | | | | | |
|  | | | | | |
| **بر اساس پیشنهادات ، اولین تارگت چیست؟** | | | | | |
|  | | | | | |
| **بر اساس پیشنهادات ، هدف بلند مدت چیست ؟** | | | | | |
|  | | | | | |

**ویژگی ها و فواید محصول و خدمات**

خلاصه مهم ترین ویژگی های محصول

خلاصه مهم ترین مزیت های محصول

**مشتریان هدف**

روش شناسی نحوه ی تحلیل مشتریان

**رقبای اصلی بازار**

روش شناسی نحوه ی تحلیل رقبا

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| قیمت گذاری |  |  |
| فواید و ویژگی های محصول |  |  |
| حجم بازار |  |  |
| استراتژی بازار |  |  |

آنالیز رقبا

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **فاکتور** | **کیتکو** | **رقیب الف** | **رقیب ب** | **رقیب ج** | **انتخاب مشتری** |
| **محصول** |  |  |  |  |  |
| **قیمت** |  |  |  |  |  |
| **کیفیت** |  |  |  |  |  |
| **انتخاب** |  |  |  |  |  |
| **خدمات** |  |  |  |  |  |
| **قابلیت اعتماد** |  |  |  |  |  |
| **پایداری** |  |  |  |  |  |
| **متخصصان** |  |  |  |  |  |
| **اعتبار برند** |  |  |  |  |  |
| **محل** |  |  |  |  |  |
| **نمایش در بازار** |  |  |  |  |  |
| **متد فروش** |  |  |  |  |  |
| **سیاست فروش اعتباری** |  |  |  |  |  |
| **تبلیغات** |  |  |  |  |  |
| **تصویر کلی در بازار** |  |  |  |  |  |

**جایابی و سهم از بازار**

روش شناسی تبلیغات

**بودجه تبلیغات**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **بازار هدف الف** | **بازار هدف ب** | **بازار هدف ج** |
| **هزینه های یک باره** |  |  |  |
| **هزینه های دوره ای** |  |  |  |
| **هزینه منابع انسانی تبلیغات** |  |  |  |

**قیمت گذاری محصول و خدمات**

تاثیر راهبرد قیمت گذاری بر سهم از بازار

مقایسه قیمت رقبا

اقدامات رقبا در تغییرات قیمت گذاری

سیاست گذاری خدمات و اعتباردهی به مشتریان

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| عنوان کسب و کار |  | |
| انتخاب استراتژی قیمت گذاری | | |
| **بر اساس هزینه ها**  نسبتی از هزینه های تولید و سرمایه گذاری و تبلیغات. | **بر اساس ارزشمندی**  نسبتی از هزینه های تولید و سرمایه گذاری و ارزش برند و قیمت گذاری انتخابی | **غیره** |
| توضیح مدل قیمت گذاری محصول و خدمات | | |

**موقعیت جغرافیایی اجرای طرح و خدمات**

**روش تحویل محصول و خدمات به بازار**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **مدل پخش الف** | **مدل پخش ب** | **مدل پخش ج** |
| **سهولت ورود** |  |  |  |
| **محدوده جغرافیایی** |  |  |  |
| **هزینه ها** |  |  |  |
| **موقعیت رقبا در مدل** |  |  |  |
| **تجربه مدیریتی** |  |  |  |
| **توانمندی منابع انسانی** |  |  |  |
| **نیازمندی های بازار** |  |  |  |

**پیش بینی فروش 12 ماهه**

**؟**