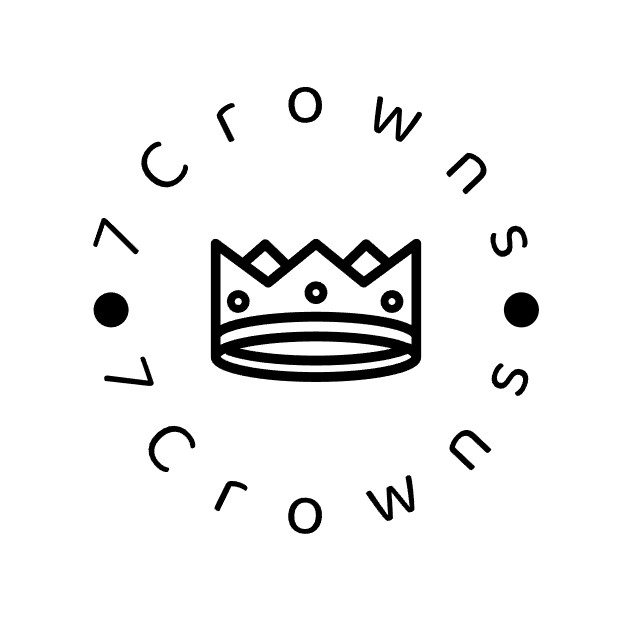
# Elektro - Saobraćajna Tehnička Škola “Nikola Tesla” Kraljevo

Biznis plan

# Bodi Bilding Fitnes Klub “7 Crowns”



Nikola Milanović Slobodanka Milić

## **Sadržaj**

[**Sadržaj** 2](#_Toc164370394)

[**Rezime** 3](#_Toc164370395)

[**Uvod** 4](#_Toc164370396)

[O preduzeću 4](#_Toc164370397)

[Opis usluge 4](#_Toc164370398)

[**Tržište prodaje** 5](#_Toc164370399)

[Analiza lokacije 5](#_Toc164370400)

[Analiza ciljnog tržišta 5](#_Toc164370401)

[Konkurencija 5](#_Toc164370402)

[SWOT analiza 6](#_Toc164370403)

[Marketing program 7](#_Toc164370404)

[**Plan proizvodnje** 8](#_Toc164370405)

[Osnovna sredstva sa cenom 8](#_Toc164370406)

[Količina I cena za struju I vodu 8](#_Toc164370407)

[Radnici potrebni za rad I njihove plate 8](#_Toc164370408)

[**Operativni plan** 8](#_Toc164370409)

[Menadžment stil i funkcije 8](#_Toc164370410)

[**Troškovi** 9](#_Toc164370411)

[Izvor finansiranja 9](#_Toc164370412)

[Obaveze prema troškovima kredita 9](#_Toc164370413)

[Troškovi 9](#_Toc164370414)

[Bilans stanja 9](#_Toc164370415)

[Bilans uspeha 10](#_Toc164370416)

[Izveštaj o tokovima gotovina 10](#_Toc164370417)

[**Zaključak** 10](#_Toc164370418)

## **Rezime**

Bodi Bilding Fitnes klub "7 Crowns", u daljem tekstu teretana, predstavlja centar posvećen poboljšanju zdravlja i fizičke kondicije svojih korisnika. Osnovna delatnost obuhvata personalizovane trening programe, program izgradnje mišića i gubitka masti, grupne treninge, savete o ishrani i bezbednost članova. Teretana će se nalazi u tržnom centru “Queen”, a vlasnik je Nikola Milanović sa 100% vlasništva.

Ciljno tržište su mlade osobe, stariji početnici, profesionalci i sportisti koji traže specifične programe treninga i podršku u očuvanju zdravlja. Postoji mnogobrojna konkurencija, ali i prostor za rast i napredak kroz personalizovane programe i kvalitetnu uslugu. Teretana je identifikovala potrebe svoje ciljne grupe i prilagodio usluge kako bi odgovarale njihovim potrebama i ciljevima.

Kreiran je sveobuhvatan marketing program koji uključuje aktivnosti na društvenim mrežama, lokalne reklame, online oglašavanje i partnerske saradnje. Kroz ove aktivnosti, teretana planira privući ciljne grupe i povećati svest o svojim uslugama. Takođe, teretana će koristiti promotivne aktivnosti poput otvorenih vrata i specijalnih ponuda kako bi privukla nove članove.

Teretana se oslanja na demokratski stil vođenja, organizovanu strukturu i razvoj zaposlenih kroz obuke i podršku. Odluke se donose kroz timski rad i analizu relevantnih podataka. SWOT analiza identifikuje snage kao što su personalizovani programi i moderna oprema, ali i slabosti poput mogućih visokih cena i nedostatka prepoznatljivosti brenda. Klub vidi mogućnosti za rast kroz povećanu svest o zdravlju, dok pretnje uključuju konkurenciju i ekonomske promene.

Bodi Bilding Fitnes klub "7 Crowns" ima jasnu viziju za uspeh na tržištu fitness industrije kroz pružanje vrhunske usluge, razvoj zaposlenih i pažljiv odabir marketinških strategija. Verujemo da smo spremni za uspeh na tržištu i ostvarivanje dugoročnih ciljeva. Teretana je spremna da pruži podršku svojim članovima u postizanju njihovih ciljeva i očuvanju zdravog načina života.

## **Uvod**

## O preduzeću

|  |  |
| --- | --- |
| Naziv preduzeća | Bodi Bilding Fitnes klub “7 Crowns” |
| Adresa | Zelena Gora 41/8/52 |
| Vlasnička struktura | Vlasnik: %Vlasnistva Nikola Milanovic 100% |
| Osnovna delatnost (šifra) | 9313 (Delatnost fitnes klubova) |

## Opis usluge

“7Crowns“ Bodybuilding Fitnes Klub, u daljem tekstu “teretana”, je centar posvećen pomoći pojedincima da ostvare svoje fizičke ciljeve. Naš personalizovani pristup, moderni objekti i stručni treneri čine nas idealnim izborom za sve koji žele transformaciju i unapređenje svog zdravlja.

Usluge koje će teretana pružati:

1. **Personalizovani Trening Program:**
   * Naši iskusni treneri kreiraće prilagođene planove vežbanja prema individualnim ciljevima, bilo da je u pitanju izgradnja mišića, gubitak masti ili opšta kondicija.
   * Procenjujemo nivo kondicije, zdravstveno stanje i lične preference svakog pojedinca kako bismo osmislili efikasne rutine.
2. **Program Izgradnje Mišića i Gubitak Masti :**
   * Naš dokazani program izgradnje mišića pomaže klijentima da dodaju primetnu mišićnu masu na određenim mestima.
   * Rezultati usmereni ka takmičarskim sportistima, modelima i svima koji žele povećanje mišićne mase.
   * Precizan gubitak masti podržan naukom i podacima.
   * Prilagođeni planovi za efikasno mršavljenje.
3. **Grupni Trening:**
   * Zabavni grupni časovi vođeni od strane stručnih trenera.
   * Kardio vežbe kao i trening snage.
   * Efikasni treninzi za sve nivoe kondicije.
4. **Saveti o Ishrani:**
   * Odgovaramo na pitanja o ishrani i pružamo savete.
   * Podstičemo zdrave navike u ishrani kao dopunu vežbanju.
5. **Saveti o Bezbednost:**
   * Strogo se pridržavamo bezbednosnih smernica i pravilne upotrebe opreme kao i izvođenja vežbi.
   * Treneri su obučeni za prvu pomoć i saniranje svih vrsta lakših telesnih povreda.

## **Tržište prodaje**

## Analiza lokacije

Teretana će se nalaziti u tržnom centru “Queen” u samom centru grada, odmah pored knjižare “Laguna” u Omladinskoj ulici. Lokacija je pristupačna, veoma privlači pažnju i biće lako vidljiva prolaznicima unutar tržnog centra. U blizini se nalazi samo jedna teretana pod nazivom “Olympia”, ali ona neće predstavljati veliku konkurenciju našoj teretani koja će biti mnogo veća i pristupačnija samim korisnicima. Tržni centar je opremljen video nadzorom što će smanjiti naše troškove ali i povećati bezbednost same teretane. Prostor našeg lokala je velike površine čime će omogućiti uvođenje i korišćenje velikog broja mašina i sprava za vežbanje.

## Analiza ciljnog tržišta

Ciljno tržište naše teretane će biti mlade osobe, stariji početnici, profesionalci kao i svi koji traže specifične programe treninga i koji žele održavati kondiciju i oblikovati svoje telo. Konkurencija nije mala, ali nam omogućava da brzo napredujemo na već razvijenom tržištu.

## Konkurencija

Naša teretana ulazi na tržište koje već ima određen broj konkurenata. Glavna konkurencija u našem području je teretana "Olympia", koja se nalazi u istom tržnom centru. Ipak, imamo jasne strategije kako se izdvojiti i pružiti bolju uslugu našim korisnicima.

1. **Analiza konkurentske teretane "Olympia":**

* Prednosti: "Olympia" je već prisutna na tržištu i ima veliki broj stalnih članova. Njihovo prisustvo može biti prednost jer su već prepoznati na tržištu.
* Slabosti: Lokacija teretane "Olympia" nije najpovoljnija unutar tržnog centra, što može ograničiti njihovu vidljivost i dostupnost korisnicima. Takođe, analize pokazuju da su neki korisnici nezadovoljni nedostatkom personalizovanih programa treninga i nedovoljnom pažnjom trenera prema pojedincima, kao i nedostatkom same opreme.
* Strategije napredovanja: Naša teretana će se istaknuti kroz personalizovane trening programe i intenzivan fokus na individualne ciljeve korisnika. Takođe, imaćemo širi spektar grupnih treninga koji će biti prilagođeni svim nivoima kondicije, čime ćemo privući sve tipove publike. Pored toga, naša lokacija unutar tržnog centra "Queen" garantuje veću vidljivost i pristupačnost.
* Cene: Cenovna politika će biti konkurentna, ali će istovremeno odražavati visoku vrednost koju pružamo kroz programe i kvalitetnu opremu.

1. **Ostala konkurencija:**

* Takođe postoje i druge teretane u gradu koje nude slične usluge. Međutim, naši moderni objekti, kvalitetna oprema i fokus na sigurnost čine nas atraktivnim izborom za ciljnu publiku.
* Aktivnosti za konkurente će uključivati praćenje njihovih marketinških strategija, cenovne politike, kvaliteta usluga i povratnih informacija korisnika kako bismo stalno poboljšavali svoju ponudu i razlikovali se na tržištu.

1. **Strategije za osvajanje tržišta:**

* Kroz kvalitetnu uslugu, personalizovane programe i efikasne marketinške strategije, ciljamo na brz rast baze korisnika i osvajanje tržišnog udela. Takođe, planiramo sarađivati sa lokalnim partnerima poput nutricionista, wellness centara i distributera kako bismo svojim korisnicima pružili najbolje usluge u gradu.

## SWOT analiza

1. **Snage (Strengths):**
   * Personalizovani trening programi koji odgovaraju individualnim ciljevima korisnika.
   * Iskusni treneri sa stručnim znanjem i iskustvom.
   * Moderan i dobro opremljen prostor za vežbanje.
   * Pozicija unutar tržnog centra koja omogućava visoku vidljivost i pristupačnost.
   * Fokus na bezbednost korisnika kroz pridržavanje bezbednosnih smernica i obuku trenera za prvu pomoć.
2. **Slabosti (Weaknesses):**
   * Relativno visoke cene članarine u poređenju s nekim konkurentima.
   * Nedostatak prepoznatljivosti brenda u ranim fazama poslovanja.
   * Potreba za dodatnim marketing naporima kako bi se povećala svest o teretani.
3. **Mogućnosti (Opportunities):**
   * Rastuća svest o značaju fizičke aktivnosti i zdravog načina života.
   * Povećana potražnja za personalizovanim fitness programima.
   * Saradnja s lokalnim nutricionistima i wellness centrima radi proširenja ponude usluga.
   * Mogućnost proširenja teretane ili otvaranja dodatnih lokacija u budućnosti.
4. **Pretnje (Threats):**
   * Konkurencija drugih teretana u gradu koje nude slične usluge.
   * Uticaj ekonomskih promena i sposobnost ljudi da izdvajaju sredstva za članarine.
   * Potencijalne promene u regulativama ili porezima koji mogu uticati na troškove poslovanja.

## Marketing program

Kroz sveobuhvatan marketing program, teretana će izgraditi snažnu prisutnost na tržištu, privući ciljne grupe i ostvariti rast i uspeh u industriji fitnessa i zdravog načina života.

1. **Ciljevi marketing programa:**
   * Povećati svest o našoj teretani i njenim uslugama među ciljnim grupama.
   * Privući nove članove kroz personalizirane marketing strategije.
   * Izgraditi pozitivnu brand reputaciju kao centar posvećen zdravlju, fitnesu i podršci svojim korisnicima.
2. **Segmentacija tržišta:**
   * Segmentacija će se temeljiti na demografskim faktorima kao što su starosna dob, pol, obrazovanje, ali i na psihološkim faktorima poput životnog stila i interesovanja.
   * Primarno ćemo se fokusirati na mlade osobe u dobi između 18 i 35 godina, na starije početnike u dobi iznad 40 godina, ali ćemo takođe imati ciljane strategije za profesionalce i sportiste.
3. **Strategije marketing kanala:**
   * **Društvene mreže:** Kreiraćemo atraktivne profile na popularnim društvenim mrežama kao što su Instagram, Facebook i TikTok. Redovno ćemo deliti inspirativne sadržaje, savete o vežbanju, informacije o događajima i posebnim ponudama i sarađivaćemo sa influenserima iz fitness industrije.
   * **Lokalne reklame:** Iskoristićemo lokalne medije poput radija, televizije i medija kako bismo dostigli širu publiku u našem gradu.
   * **Online oglašavanje:** Koristićemo ciljano online oglašavanje putem Google AdWords-a i društvenih mreža kako bismo privukli korisnike koji aktivno traže fitness usluge na našem području.
   * **Partnerske saradnje:** Ostvarićemo saradnje s lokalnim nutricionistima, wellness centrima i drugim poslovnim subjektima kako bismo proširili svoju mrežu i privukli zajedničke klijente.
4. **Promotivne aktivnosti:**
   * Organizacija otvorenih vrata i besplatnih probnih treninga za potencijalne članove.
   * Posebne promotivne akcije poput popusta na članarine za prve korisnike ili pakete s dodatnim uslugama kao što su privatni treninzi, saveti o prehrani itd.
   * Učestvovanje na lokalnim događajima kako bismo promovisali teretanu i izgradili poverenje.

## **Plan proizvodnje**

## Osnovna sredstva sa cenom

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| R.B. | Vrsta opreme | Jedinica mere | Količina | Nabavna cena | Vrednost (eur) |
| 1 |  | Kom |  |  |  |
| 2 |  | Kom |  |  |  |
| 3 |  | Kom |  |  |  |
| 4 |  | Kom |  |  |  |
| 5 |  | Kom |  |  |  |
| 6 |  | Kom |  |  |  |
| 7 |  | Kom |  |  |  |

## Količina I cena za struju I vodu

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| R.B. | Stavka | Jedinica mere | Godišnja količina | Jedinična cena (eur) |
| 1 |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |
| 5 |  |  |  |  |
| 6 |  |  |  |  |
| 7 |  |  |  |  |

## Radnici potrebni za rad I njihove plate

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| R.B. | Radno mesto | Broj potrebnih radnika | Plata |
| 1 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |
| 3 |  |  |  |

## **Operativni plan**

## Menadžment stil i funkcije

**Vođenje**: Teretana će se oslanjati na demokratski stil menadžmenta, koji podstiče saradnju i uvažavanje ideja svih članova tima. Menadžment će biti otvoren za povratne informacije i sugestije zaposlenih, čime ćemo težiti izgradnji pozitivnog radnog okruženja.

**Organizaciona struktura:** Teretana će imati jasno definisanu strukturu s odgovornostima i zadacima svakog člana tima. Direktori teretane će biti odgovorni za strategijsko vođenje poslovanja, dok će menadžeri biti zaduženi za svakodnevne operacije.

**Razvoj zaposlenih:** Nastojaćemo da kontinuirano razvijamo naše zaposlene kroz obuke, seminare i radionice kako bi unapredili njihove veštine i znanje.Podsticaćemo timski rad, saradnju i međusobno učenje unutar tima.

**Donošenje odluka:** Donošenje odluka će biti proces koji uključuje timski rad i konsultacije među relevantnih članova tima.Važne odluke će se donositi na osnovu analize podataka, tržišnih trendova i stavova zaposlenih.Redovno ćemo vršiti procene rizika i sprovoditi mere kako bismo osigurali sigurno okruženje za vežbanje.

Kroz ovakav menadžment stil, teretana će težiti postizanju visokih standarda u vođenju poslovanja, podržavajući razvoj zaposlenih, kvalitet usluga i sigurnost korisnika. Ovakav pristup će nam pomoći da ostvarimo uspeh na tržištu i izgradimo dugoročne odnose sa našim korisnicima i zaposlenima.

## **Troškovi**

## Izvor finansiranja

## Obaveze prema troškovima kredita

## Troškovi

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| I | Materijalni troškovi |  |
| II | Nematerijalni troškovi |  |
| III | Plate |  |
| IV | Amortizacija |  |
| Ukupno: | |  |

## Bilans stanja

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | Novčani iznos u (eur) | |
| Opis | AOP | 2024. | 2025. |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

## Bilans uspeha

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Elementi | 2024. | 2025. | 2026. |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

## Izveštaj o tokovima gotovina

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | I | II | III | IV | V | VI | VII | VIII | IX | X | XI | XII |
| Prilivi |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Odlivi |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

## **Zaključak**

Uz predanost pružanju vrhunske usluge, angažovanju iskusnih trenera i kontinuirani fokus na potrebe naših korisnika, teretana "7Crowns" je spremna za uspešan ulazak na tržište fitness industrije. Naš personalizovani pristup i moderni prostor za vežbanje čine nas idealnim izborom za sve one koji žele transformaciju i unapređenje svog zdravlja.

Kroz analizu ciljnog tržišta, identifikaciju konkurenata i primenu marketinških strategija usmerenih ka ciljnim grupama, verujemo da ćemo privući širok spektar korisnika i ostvariti stabilan rast našeg poslovanja. Analize pokazuju da imamo jasne snage koje ćemo maksimalno iskoristiti, kao i planove za prevazilaženje eventualnih slabosti i pretnji na tržištu.

Kroz demokratski menadžment stil, razvoj naših zaposlenih i stalnu posvećenost kvaliteta usluge i bezbednosti korisnika, težimo postati prepoznatljiv brend koji pruža ne samo fitness iskustvo već i zdraviji i aktivniji način života.

Smatramo da teretana ima potencijal da postane lider u fitness industriji na našem području i izgradi uspešnu zajednicu posvećenu zdravlju i fitnesu. Uz podršku naših korisnika, zaposlenih i lokalne zajednice, verujemo da ćemo ostvariti naše ciljeve i ostvariti dugoročan uspeh.