

10 ADIMDA İŞ PLANI

Parlak olduğuna inandığınız bir fikriniz var. Fikrinizin bir proje olarak değerlendirilebilmesi, kaynak bulabilmesi için nasıl işe dönüşeceğini gösterebilmelisiniz. Bunu da ancak bir iş planı hazırlayarak yapabilirsiniz.

1. Profesyonel Özet: Profesyonel özetler, potansiyel yatırımcının projenizi okuma şansını arttırmak için gerekiyor. Hatta yatırımcıların çoğu yalnızca bu bölüme bakarak bile destek verip vermeyeceğine karar verebiliyor.

Profesyonel özetler, tüm iş planlarınızın özü gibidir. İşiniz, içinde bulunduğunuz sektör, pazarlama stratejileriniz, ihtiyacınız olan finansal kaynaklar gibi tüm ayrıntıların bir toplamıdır.

2. Şirket Analizi: Şirket analizi, şu anki ya da gelecekteki şirketinize stratejik anlamda genel bir değerlendirmesidir. Bu analizin içermesi gereken önemli sorulardan bazıları:

- Şirketiniz hangi fırsatları lehine çevirebilir?
- Bunu hangi servis ve hizmetlerle yapabilir?
- Hangi ürün veya hizmetleriniz diğerlerinden farklı? Neler sizi iş dünyasında başarılı kılabilir?
- Şirketinizin uyguladığı stratejiler nelerdir?
- Şirketinizin organizasyon yapısı nasıl?

3. Sektör Analizi: Şirketinizin rekabet içinde olduğu alanı belirleyen analizlerdir. İçermesi gereken sorular ise:

- İçinde bulunacağınız/bulunduğunuz pazarın boyutu nedir?
- Eğer varsa, hangi pazar trendleri bu boyutları etkiler?
- Başlıca rakipler kimler? Her birinin pazar payı nedir?
- Pazarada bulunan ikame mal ve hizmetler hangileri? Ücretsiz olan ürün ve hizmetler var mı?
- Pazara giriş için engeller var mı?
- Hangi parametreler şirketinize yardımcı olabilir?

4. Müşteri ve Rekabet Analizi: Bu analizde aşağıdaki soruların cevapları yer almalıdır.

- Müşterileriniz kimler? Hangi demografik özelliklere sahipler?
- Müşterileriniz nerede yaşıyor ve gelir düzeyi ne?
- Ürün veya hizmetlerinizden hangileri bu kişilerce bir ihtiyacı gidermek için devamlı olarak satın alınıyor?
- Müşterilerinizin asıl ihtiyaçları neler ve bu ihtiyaçları neler etkiliyor?
- Başlıca rakipleriniz kimler?
- Rakipleriniz ne kadar büyük?
- Hangi stratejileri kullanıyorlar?
- Geçmişte pazara katılanlara reaksiyonları nasıldı?

5. Pazarlama Planı: Pazara girmek için kullandığınız tüm stratejileri içerir. Planda yer alması gereken bilgiler:

- Bütünleşik pazarlama stratejisi – Pazara girişte ürün ve hizmetlerinizi nasıl tanıştırmayı planlıyorsunuz?
- Ürün ve hizmetler – Ürün ve hizmetlerinizi ortaya koyan ayrıntılı bilgi.
- Ücretlendirme – Ürün veya hizmetinizin satılacağı fiyat bilgisi.
- Dağıtım – Ürün veya hizmetlerinizin şirketten son kullanıcının eline geçmesi için kullanılacak metodlar.

TASNİF DIŞI

- Satış yaklaşımı – Ürün veya hizmetlerinizi satış yöntemleriniz.
- Reklam ve promosyon – Reklam ve promosyonlar için ayrılacak olan bütçe ve uygulanacak olan metodların getirileri.
- Halkla ilişkiler – Ürün ve hizmetlerin satışını desteklemek için "halkla ilişkiler"in rolü ve etkileri.

6. Tasarım ve Geliştirme Planları: Bu planlar fikirlerinizi bir konu olmaktan çıkarıp gerçeğe dönüştürmedeki stratejilerinizi içerir. Cevaplanması gereken sorular ise:

- Ürün veya hizmetlerinizdeki gelişmenin şu andaki durumu nedir?
- Amaçladığınız bitirme tarihi ne zaman? Bu süreç içinde önünüze çıkabilecek engeller nelerdir?
- Ürün geliştirmenin tahmini maliyeti ne olacak?
- Şirket dışından birileriyle iş yapılacak mı?
- Bilgi veya teknolojinizin patenti kim tarafından korunuyor?

7. İmalat ve Operasyon Planları: Bu planlar alınan tüm kararlar ve konuşulan tüm konuların nasıl sonuca varacağı ile ilgilidir.

İmalat planlarının içermesi gereken sorular:

- Ürününüz nasıl imal edilecek?
- Üretim kapasiteniz nedir? Birim üretim süresi ne kadar?
- Hangi coğrafik bölgede üretim yapılacaktır?
- Ürünler nerede depolanıp saklanacaktır?
- Dış kaynak kullanılacak mı?
- Hangi kurallar ve yasal konular dikkate alınmalıdır?

Operasyon planlarının içermesi gereken sorular:

- İmal ettikten sonra, satış sürecine kadar neler gerekebilir? Kaç kişiye ihtiyaç duyulacaktır?
- Ürün ve hizmetlerin dağıtımı nasıl gerçekleştirilecek?
- Kalite nasıl kontrol edilecek?

8. Yönetim Ekibi: Şirketi başarıya götürmek için gereken insan kaynaklarını tanımlayan bölümdür. Bilinmesi gereken önemli konular:

- Şirketiniz nasıl organize olmuş?
- Temel yönetim kadronuz kimdir ve bu kişilerin geçmişleri nasıl?
- Eğer varsa, hisse sahipleri, ortaklar veya yatırımcılar kimlerdir?
- Yönetim Kurulu ve Danışmanlar Kurulu kimlerden oluşuyor?
- Profesyonel anlamda kimlere başvuruyorsunuz?

9. Finansal Plan: Bu planlar şirketinizin ne kadar paraya ihtiyacı olduğunu ve gelecekte ne kadar kazanmayı planladığını ortaya koyar. İki bölümden oluşur: Bunlardan birincisi, ayrıntılı finansal bilgi analizleridir, ikincisi ise iş dünyası ve yatırım kararlarının nelerden etkileneceğine dair olan yazılı tartışmalardır.

Finansal bilgi analizleri:

- Gerçek gelir durumu ve denge kağıtları
- Gelir durumu (İlk yıl için aylık, 1-3 yıl için çeyrek dönemlik ve yıllık)
- Denge kağıtları (İlk yıl için aylık, 1-3 yıl için çeyrek dönemlik ve yıllık)
- Nakit akışı belgesi (İlk yıl için aylık, 1-3 yıl için çeyrek dönemlik ve yıllık)
- Brüt ve işletme marjinleri
- Sabit ve değişken harcamalar
- Ayrıntılı hesap dökümü ve satılan miktar
- Yatırım sonucu geri dönenler

TASNİF DIŞI

Yazılı tartışma:

- Finansal bilgi analizlerinde dikkat edilmesi gerekenler
- Fon kullanımı ve finansal ihtiyaçlar
- Yatırım teklifleri
- Yatırımcının geri dönüşümü

10. Ekler: Metin olmayan tüm dökümanları kapsar. Örneğın:

- Finansal belgeler ve hesaplamalar
- Çalışma tabloları
- Ürün / hizmet şartname diyagramları
- Yasal dökümanların kopyaları