

بیزینس پلن (طرح کسب و کار) چیست؟ 7 گام نوشتن بیزینس پلن

قصدها را اندازه‌گیری کنید و کار جدید را راه‌اندازید؟ کار آفرین هستید و چندین سال است که بیزنس خود را اداره می‌کنید؟ برای اجرایی کردن **ایده کسب و کار** خود به دنبال سرمایه‌گذار می‌گردید؟ **طراحی بیزینس پلن** (برنامه بازاریابی) جزو اولین گام‌هایی است که در هر یک از این مسیرها باید انجام دهید.

هر کسب و کاری چه در حوزه آنلاین و چه در حوزه آفلاین، به **طراحی بیزینس پلن** یا **طرح کسب و کار** نیاز دارد. چه برای جذب سرمایه‌گذار و چه برای ارائه برندگان، شما باید یک برنامه تجاری خوب و مکتوب داشته باشید، اما چگونه می‌توان چنین برنامه‌ای را نوشت؟

به طور کلی توصیه می‌کنیم که بیزینس پلن شما از این ویژگی‌ها برخوردار باشد:

- خلاصه اجرایی: عکس از شغل شما
- توضیحات شرکت: شما چه شرکتی هستید، در چه زمینه‌ای فعالیت می‌کنید و چه کارهایی انجام می‌دهید؟
- تجزیه و تحلیل بازار: وضعیت بازار، تحلیل رقبا و بررسی تاکتیک و اوضاع شرایط و رقبا
- سازمان و مدیریت: ساختار مدیریتی به چه شکل است؟
- خدمات و یا محصولات: چه محصولات یا خدماتی را به مشتریان خود ارائه می‌دهید؟
- بازاریابی و فروش: برای فروش خود چه برنامه بازاریابی دارید و چگونه این استراتژی را وارد بازار می‌کنید؟
- بودجه موردنیاز: بودجه لازم برای 3 الی 5 سال آینده‌تان چقدر است؟
- پیش‌بینی مالی: ارائه ترازها و تجزیه و تحلیل‌های مالی
- ضمیمه: یک بخش اضافی برای گذاشتن مجوزها و گواهینامه‌ها

با تمام این تفاسیر، شروع نوشتن یک برنامه تجاری، ساده نخواهد بود و پیچیدگی‌های خاص خود را به دنبال دارد. در ادامه 7 راهکار عملی و دقیق برای نوشتن بیزینس پلن را برایتان آورده‌ایم.

طراحی بیزینس پلن خود را با تحقیقات بازار آغاز کنید



ویلیام پیرراگلی، یکی از مدیران ارشد فعلی مدیریت اقتصادی توصیه می‌کند که 2 برابر زمان خود را صرف تحقیق و پژوهش درباره بازار و البته تخصص خود قرار دهید .

شما باید شناخت دقیقی از نیاز بازار، مخاطب، قابلیت‌ها و همچنین نقاط قوت و ضعف محصول خود داشته باشید تا با تهیه یک طرح کسب و کار عالی، بهترین محصول را به بهترین مخاطب ارائه دهید .

“برای طراحی یک بیزینس پلن خوب باید بازار، محصول، مخاطب، رقبا و میزان رقابت را از نزدیک لمس کنید”

در واقع در مرحله پژوهش و وظیفه شما این است که بازار را بررسی کنید، بدانید که دقیقاً در حال انجام چه کاری هستید و چه ویژگی‌هایی دارید تا در نهایت با طراحی بیزینس پلنی متناسب با فضای کاریتان، بازدهی خوبی به دست آورید. در کنار شناخت محصول و بازار فروش، شناخت مخاطبان و نیازمندی‌هایشان و شناخت **پرسونای مشتری**، می‌تواند به درک بهتر و احاطه شما به مسیری که باید طی کنید، کمک شایانی کند.

هدف تجارت را در بیزینس پلن خود تعیین کنید



چرا این تجارت را پیش گرفته اید؟ این محصول یا خدمات را برای چه عرضه می‌کنید؟ هدف نهایی شما از این کار چیست؟ در نهایت می‌خواهید که به چه هدفی دست یابید؟

یک طرح تجاری، همان طور که توسط کارآفرین تعریف شده در واقع "سندی کتبی است که ماهیت تجارت، استراتژی فروش، بازاریابی و پیشینه مالی را توصیف کرده و حاوی یک بیانیه سود و زیان پیش بینی شده است".

با تمام این تفاسیر و توضیحات، برنامه و کسب و کار شما می‌تواند چندین هدف مختلف، آن هم در سطوحی گوناگون داشته باشد.

به طور کلی تعیین هدف به شما کمک می‌کند که از ایجاد موانعی بر سر راه پیشگیری نمایید. باید مشخص باشد بودجه ای که از سرمایه گذار دریافت می‌کنید در چه راهی و برای چه هدفی خرج خواهید کرد؟ سرمایه گذار باید آسوده خاطر باشد که پول خود را در جای مطمئنی سرمایه گذاری می‌کند، چراکه اگر شک و تردیدی داشته باشد دیگر سرمایه گذاری برای او مفهومی نخواهد داشت.

پروفایل شرکت خود را ایجاد کنید

پروفایل یا همان مشخصات شرکت که در سایت شرکت و اغلب داخل بخش "درباره ما" قرار می گیرد باید شامل تاریخچه شرکت، محصول و یا خدماتی که شرکت ارائه می دهد و همین طور ویژگی ها و تفاوت های آن با سایر شرکت های رقیب باشد. این کار نه تنها یک بخش اساسی از بیزینس پلن شما را تشکیل می دهد، بلکه یکی از اولین و اساسی ترین بخش های این طرح مکتوب است.

تمام جوانب کسب و کار خود را بررسی کرده و در بیزینس پلن بیاورید



سرمایه گذاران می خواهند مطمئن شوند که شما چیزی را از قلم نمی اندازید و کار خود را بی اساس و پایه شروع نمی کنید، چراکه آن ها باید از مورد اطمینان بودن کار و درآمدزایی شما آسوده خاطر باشند. در غیر این صورت اگر احساس کنند که ابعاد و جوانب زیادی را در نظر نگرفتید شما را غیر حرفه ای قلمداد کرده و روی کسب و کارتان سرمایه گذاری نخواهند کرد.

یک برنامه بازاریابی استراتژیک در شرکت خود داشته باشید

یک بیزینس پلن یا همان برنامه تجاری عالی باید شامل یک برنامه ریزی استراتژیک و تهاجمی باشد. برای طرح ریزی یک برنامه بازاریابی صحیح، نیاز دارید که با استراتژی های **دیجیتال مارکتینگ**، در دنیای آنلاین آشنا باشید. به صورت کلی برای دستیابی به پلن بازاریابی باید موارد زیر را رعایت کنید:

- معرفی محصولات جدید
- گسترش و یا بازاریابی مجدد از محصولات موجود و قبلی
- ورود به حوزه های کاری جدید

- افزایش فروش در یک محصول خاص، بازار یا محدوده قیمت
- رقابت فروش یک محصول با محصول دیگر
- عقد قراردادهای طولانی‌مدت با مشتری‌های مطلوب
- افزایش قیمت‌ها بدون کاهش آمار فروش
- پالایش یک محصول
- داشتن یک برنامه استراتژی **بازاریابی محتوا**
- افزایش تولید و تحویل محصول

لازم به ذکر است که هر هدف بازاریابی باید شامل زیرمجموعه‌هایی از هدف‌های کوچک‌تر هم باشد.

در بخش بازاریابی و در رابطه با وظایف بازاریابی برای سال آینده شما بر روی محتواهایی با پاسخ به "چه" و "چرا" در تلاش هستید. در بخش پیاده‌سازی بر روی قسمت‌های عملی و اجرایی آن متمرکز می‌شوید. این یعنی مشخص می‌شود که یک هدف را "چه کسی"، "چه موقع" و "در کجا" انجام دهد. دستیابی به هدف بازاریابی به طور مشخص دارای هزینه‌هایی هم خواهد بود. باید این را بدانید که بدون هزینه کردن نمی‌توانید به برنامه بازاریابی خود دست یابید.

هدف بازاریابی خود را مطابق با مخاطب خود سازگار کنید

مشتریان و خوانندگان بیزینس پلن و طرح‌های کسب و کار شما می‌توانند افراد مختلفی از انواع مشاغل و اصناف باشند، اما مسئله مهم اینجاست که این افراد محدود هستند. بنابراین شما می‌توانید برای مخاطبان خود بیزینس پلن‌های شخصی‌سازی شده و مختلفی را ارائه دهید.

با این کار مخاطب و مشتری شما خوشحال شده و اعتماد بیشتری به شما پیدا خواهد کرد، چون به وضوح شاهد آن است که مدل کسب و کار و همین‌طور سیستم فکری او را درک کرده‌اید و با شرایط آن هم کاملاً آشنا هستید. در نتیجه با کسب اعتماد مشتری می‌توانید از رقابای خود پیشی بگیرید. همچنین برای دریافت اطلاعات بیشتر در مورد روش‌های جذب مشتری، توصیه می‌کنم مقاله **جذب مشتری** از دایان افیلیت را بخوانید تا با راهکارهای بیشتری آشنا شوید.

توضیح دهید که چرا و چگونه به کسب و کار خود اهمیت می‌دهید



وقتی شما طراحی بیزینس پلن و برنامه خود را با یک سرمایه گذار، مشتری و یا حتی با یکی از اعضای تیم در میان می گذارید باید نشان دهید که بسیار پر شور و نشاط و البته جدی هستید.

شما می توانید در مورد اشتباهاتی که در گذشته مرتکب شده اید و تجربیاتی نیز از آن ها کسب کرده اید هم صحبت کنید. مشکلاتی که قرار است رفع نمایید، لیست کنید و ویژگی ها خود را بنویسید و آن ها را بسنجید.

نتیجه گیری

آنچه خواندید، خلاصه ای مفید از 7 گام اساسی در «طراحی بیزینس پلن» بود. به طور خلاصه یک طرح کسب و کار خوب، با تحقیق و پژوهش آغاز می شود و در نهایت با ارائه تصویری مناسب از بیزینس، پایان می یابد. مراحل میانی نیز شامل: تعیین اهداف، تعیین پروفایل، بررسی جوانب مختلف کسب و کار، تهیه یک برنامه بازاریابی استراتژیک و تطبیق اهداف بیزینس با مخاطبین هستند که هر یک از اهمیت ویژه ای برخوردارند و بسته به نوع کسب و کار این درجه اهمیت می تواند تغییر کند.