

طرح کسب و کار

نام شرکت:

مشخصات کلی

کد اقتصادی شرکت:	
شناسه ملی شرکت:	

شرح فعالیت

تشریح طرح

عنوان طرح:	
نام محصول:	
هدف اجرای طرح:	
کارکرد اصلی:	
چرا وزارت ارتباطات باید از این طرح حمایت کند؟	
محصول قابل ارائه چه ارزش (هایی) را برای مشتری ایجاد میکند؟	
دلایل علاقه مندی مشتری به محصول:	
هزینه های مشتری و منافع بدست آمده:	
آیا دیگران پیشتر ایده ی پیشنهادی شما را اجرا کرده اند؟	
آیا طرح / ایده نوآورانه میباشد؟	
دلایل:	
در حال حاضر به جای استفاده از این محصول از چه جایگزینی استفاده می شود؟	
برتری این محصول نسبت به جایگزین خود در چیست؟	
پیوست مشخصات کامل محصول / خدمت فعلی:	
تغییرات موجود در محصول / خدمت فعلی:	
سطح کاربری:	

سابقه انجام ایده / طرح:

شرح فنی طرح

از چه نوع فناوری و دانش فنی در تحقق طرح استفاده می شود؟	
مشخصات فنی کالا/ خدمت قابل ارائه چیست؟	
طرح خود را از نظر پیچیدگی فناوری و سهولت دسترسی چگونه ارزیابی می کنید؟	
فناوری مورد نیاز برای طرح خود را به چه طریق کسب کرده اید یا می کنید؟	
آیا استاندارد داخلی یا خارجی مشخصی برای محصول وجود دارد؟	
استانداردهای داخلی:	
استانداردهای خارجی:	استانداردهای خارجی:
مرجع تأییدکننده محصول در داخل و خارج کشور چه نهادی است؟	

خطر پذیری های مهم کسب و کار

ردیف	توصیف خطر پذیری	شدت تاثیر وقوع بر کسب و کار	احتمال وقوع خطر پذیری	اقدامات آتی پیش بینی شده توسط شما در صورت وقوع خطر پذیری
۱	ریسک کمبود نقدینگی			
۲	ریسک های مرتبط با پذیرش بازار و تغییر در رفتار مشتریان			
۳	ریسک های مرتبط با تغییر در رفتار سرمایه گذار			

برنامه بازاریابی

تشریح بازار محصول

مشتریان کالا/خدمت شما را به چند دسته می توان تقسیم کرد؟	
تخمین شما از حجم کل بازار چقدر است؟	

	مفروضات و آمارهای پشتیبان:
	شرایط و روندهای حاکم بر بازار:

بازار هدف

	تمرکز کسب و کار شما بر جذب کدام دسته از مشتریان است؟
	بر مبنای چه تحلیلی این دسته از مشتریان به عنوان بازار هدف انتخاب شده‌اند؟
	اندازه‌ی فعلی بازار هدف و پیش‌بینی رشد آن در ۵ سال آینده چقدر است؟
	سهم بازار شرکت چقدر خواهد بود و در چه مدت به این سهم بازار می‌رسید؟

تحلیل رقبا و مزایای رقابتی و نسبی

	رقبای مستقیم:
	رقبای غیر مستقیم:
	رقبای آتی:
	میزان رقابت در بازار هدف:
	مزیت‌های نسبی:
	مزیت‌های رقابتی:

لیست رقبا

ردیف	عنوان رقیب	سهم بازار رقیب	نقاط قوت رقیب	نقاط ضعف رقیب
۱				

برنامه‌های بازاریابی و جذب مشتریان

	ورود شما به بازار با چه روشها و راهبردهایی صورت می‌گیرد؟
	راهبرد شما برای توسعه‌ی بازار و کسب سهم بیشتر از بازار چیست؟
	قیمتگذاری محصولات بر چه مبنایی صورت می‌گیرد و قیمت فروش حدوداً چقدر پیش‌بینی میشود؟

	ملاکهای خرید مشتریان کدامند و شرکت چگونه این ملاکها را در خدمات و کالای خود در نظر میگیرد؟
	روشهای تبلیغاتی شما برای دستیابی به مشتریان چیست؟
	روشهای مختلف برای توزیع محصول در بازار کدامند و شما از کدام شبکه ی توزیع استفاده خواهید کرد؟

فروش گذشته و پیش بینی فروش آینده

	در صورت داشتن پیشینه، مقدار فروش گذشته شرکت چه مقدار بوده است؟
--	--

پیش بینی میزان فروش

ردیف	عنوان محصول / خدمت	واحد محصول	پیش بینی فروش	تعداد/مقدار
۱				

فهرست قراردادهای موجود یا مذاکرات جدی با مشتریان

ردیف	عنوان قرارداد	کارفرما	مبلغ	وضعیت
۱				

جمع بندی اطلاعات بازار

ردیف	شرح اطلاعات	سال اول	سال دوم	سال سوم
۱	پیش بینی تعداد مشتریان بالفعل			
۲	تعداد کل مشتریان در بخش بازار			

ردیف	شرح اطلاعات	سال اول	سال دوم	سال سوم
۱	فروش کل در هر بخش بازار (میلیون ریال)			
۲	فروش سالیانه به هر مشتری (میلیون ریال)			
۳	سودآوری کل از هر بخش بازار (میلیون ریال)			
۴	سودآوری متوسط هر مشتری (میلیون ریال)			

	پیش بینی فروش کل در بازار:
--	----------------------------

پیش بینی سودآوری کل در بازار:

برنامه سازماندهی کسب و کار

ساختار سازمانی

نمودار ساختار کلان سازمانی و واحدهای سازمانی مختلف

نفرات کلیدی

ردیف	نام و نام خانوادگی	سال تولد	مدرک	زمینه تخصصی	رشته تحصیلی	محل تحصیل	سمت در شرکت	نحوه همکاری
۱								

برنامه عملیاتی

ساختار شکست

ردیف	شرح فعالیت	تاریخ شروع	تاریخ تولد	موارد تحویل دادنی
۱				

خروجی های طرح

خروجی های اصلی:
خروجی های فرعی:

برنامه مالی

هزینه دوره های آموزشی و مشاوره

ردیف	شرح	هزینه کل
۱	سایر	
۲	خدمات مهندسی و مشاوره ای طرح	
۳	دوره های آموزشی تخصصی	

هزینه تولید و فروش سالیانه

ردیف	شرح	هزینه کل
------	-----	----------

۱	هزینه تجهیزات مرتبط با طرح (هزینه تجهیزات معمول مانند رایانه، لوازم اداری و غیره قابل قبول نمی باشد)
۲	هزینه مشاوره
۳	حقوق و مزایا

(هزینه حقوق و مزایای کارکنان(سال اول)

ردیف	تخصص مورد نیاز	تعداد نفرات	تعداد ماه	مبلغ پایه	مبلغ کل
۱					

پیش بینی صورت های مالی

ردیف	سال	فصل	ماه	پیش بینی تعداد/ مقدار فروش	پیش بینی فروش	پیش بینی تحقق درآمد	توضیحات
۱							

پیش بینی سود و زیان سالانه

ردیف	سال	پیش بینی فروش سالانه	هزینه تولید و فروش سالانه	سود/زیان(فروش منهای هزینه)	سود/زیان انباشته
۱	اول				
۲	دوم				
۳	سوم				

تحلیل مالی

دوره بازگشت سرمایه:	
نرخ بازگشت داخلی طرح:	

ارزش خالص فعلی طرح

نرخ بهره ۲۰ درصد:	
نرخ بهره ۲۵ درصد:	
نرخ بهره ۳۰ درصد:	
نرخ بهره ۳۵ درصد:	
نرخ بهره ۴۰ درصد:	

نقطه سر به سر

واحد محصول:	
بهای تمام شده محصول:	
قیمت فروش محصول:	
تعداد/مقدار محصول در نقطه سر به سر:	
حجم فروش در نقطه سر به سر:	

تحلیل حساسیت

ردیف	تغییرات	ارزش خالص فعلی طرح	نرخ بازگشت داخلی	تعداد فروش محصول در نقطه سر به سر
۱	۲۰٪ افزایش در بهای تمام شده محصول			
۲	۱۰٪ کاهش در قیمت فروش محصول			
۳	۲۰٪ کاهش در پیش بینی میزان فروش محصول			

ضمایم

کارنامه مدیران و کارشناسان:	
مستندات قراردادهای منعقد شده:	
گزارش های تحقیق بازار داخلی یا خارجی:	
مدارک و گواهینامه ها:	

تایید نهایی

نام و نام خانوادگی مدیر عامل:	
تلفن همراه:	
تلفن شرکت:	
آدرس شرکت:	