

نموذج خطة أعمال شاملة

[اكتب عنوان الشركة]

١- ملخص تنفيذي

[illegible]

ثانيا: وصف الاعمال

أ- موقع المكاتب والعنوان

ب- الخلفية التاريخية للشركة

ج- الشكل القانوني والملكية

١- الشكل القانوني

٢- الملكية:

د- التجهيزات الحالية للشركة

هـ- بيان الرسالة/الرؤية

١- بيان الرسالة:

٢- بيان الرؤية:

و- غايات واهداف مشروع الاعمال

١- غايات المشروع

٢- اهداف المشروع

ز- عروض المنتج/الخدمة(المنافع، التميز،المزايا والاسباب التى تفسر لماذا سيشترى العملاء سلعتنا او

خدمتنا)

المنتجات/الخدمات المقدمة

أ- المنافع والتفرد (التميز)

ب- المزايا ولماذا سيشترى العملاء المنتج/الخدمة

ح- كيف سنجذب عملاءنا ونحافظ عليهم؟

ط- كيف ستقابل او تشبع الطلب، نتفوق على المنافسين، وتقوم بالتشغيل عند مستوى مريح؟

٥- فرص النمو (بما فيها المكاسب المحتملة من الامتياز، اذا وجدت)

ثالثا: الخطة التسويقية

أ- تحليل السوق

٣ - العوامل الديموجرافية للسوق (عمر العميل، النوع، مستوى الدخل، التعليم، الوظيفة، نمط الحياة، عدد

الاطفال...الخ).

٤ - المنافسة

أ- من هم المنافسين الرئيسيين لنا؟ وماهى حصصهم السوقية؟

ب- ماهى نقاط القوة والضعف لديهم؟ (الموقع،الموارد، الشهرة،الخدمة، الافراد،...الخ)

ج- ما الذى يمكن ان نتعلمه - بالتبنى او التحسين او التجنب - من العمليات التشغيلية للمنافسين، وضعهم

التسويقى واعلاناتهم وعروضهم الترويجية

د- ماهى عوائق الدخول لهذا السوق؟

هـ- بيئة الاعمال

أ- عوامل اقتصادية مثل النمو السكانى، الدخل، الحدود الدنيا، تكلفة المعيشة...الخ

ب-الاستراتيجيات التسويقية

١- الصورة الذهنية (الصورة الذهنية التي نريد بناؤها للشركة او للمنتج- مثل "التوجه بالعميل" او "الحصريّة"،

"رخيص ولكن جيد او اعلى جودة"، "السهولة او ايسر او السرعة"،...الخ)

٢- التسعير

أ- سعر اقل من المنافسين

ب- سعر اعلى من المنافسين

ج- التسعير على اساس التكلفة مضافا اليها هامش ربح

د- تسعير متعدد

هـ- مصفوفة السعر/الجودة

٣- الوضع التسويقي

أ- مبتكر/ قائد - تابع

ب- محلي - دولي/عالمي

ج- الجودة - السعر

٤- خدمة العملاء

أ- عرف/اذكر خدمات العملاء التي توفرها

ب- ماهي نقاط القوة والضعف لخدماتنا؟

ج- استراتيجيات تحسين خدمة العملاء

٥- الاستراتيجية الاعلانية والترويجية

أ- حدد نقاط القوة للمنتج الرئيسى او للشركة والتي نرغب فى ترويجها والاعلان عنها؟

ب- حدد الوسائل الاعلانية التى سنستخدمها - الصحف، التلفزيون، الراديو، المجلات، ادلة الصفحات الصفراء، اللوحات الاعلانية، البريد المباشر، الاتصال الشخصى، المعارض التجارية، (مع تحديد التكرار او عدد مرات الاستخدام والميزانية والتكلفة).

ج- اشرح اوبرر لماذا تعتبر الوسائل التى تم اختيارها اكثر فاعلية من حيث التكلفة؟

٦- منافذ البيع

أ- تسويق متعدد المستويات

ب- من خلال مراكز اعمال غير مركزية

٧- اتجاهات السوق

٨- البحوث والتطوير

أ- تحسينات المنتج/الخدمة

ب- ادلة مراجعة الانظمة/التشغيل

رابعاً: الادارة والتنظيم والافراد

أ- الخريطة التنظيمية

ب- الملاك الرئيسيين ومجلس الادارة

ج- اللجان التنفيذية

د- الوظائف والمسئوليات

هـ- فريق الادارة

و- خلفية وخبرات اعضاء الادارة الرئيسيين

أ- ارفق السير الذاتية الموضحة لنقاط القوة والضعف لفريق اومجلس الادارة بما فيها الخبرات الوظيفية السابقة.

ب- حدد الاحتياجات المستقبلية من المديرين والافراد اللازمين للتواكب مع نمو الشركة.

ج- حدد نقاط الضعف وما تنوى عملة لتحسين/تدعيم الافراد لتحقيق اهداف الشركة.

خامسا الخطة المالية

أ- متطلبات الموازنة

ب- مصادر التمويل

ج- القوائم المالية التقديرية (تتبؤ لمدة ٥ سنوات)

١- قائمة الدخل

٢- قائمة تدفق الاموال

٣- قائمة الميزانية

د- التحليل المالي

١- سيولة الشركة ككل

a. نسبة التداول

b. نسبة السيولة السريعة

٢-درجة المديونية

أ-نسبة الديون

ب-معدل دوران حسابات القبض

٣-الربحية

أ-معدل العائد على الاستثمار

ب-معدل العائد على حقوق الملكية

ج-نسبة المصروفات التشغيلية الى المبيعات