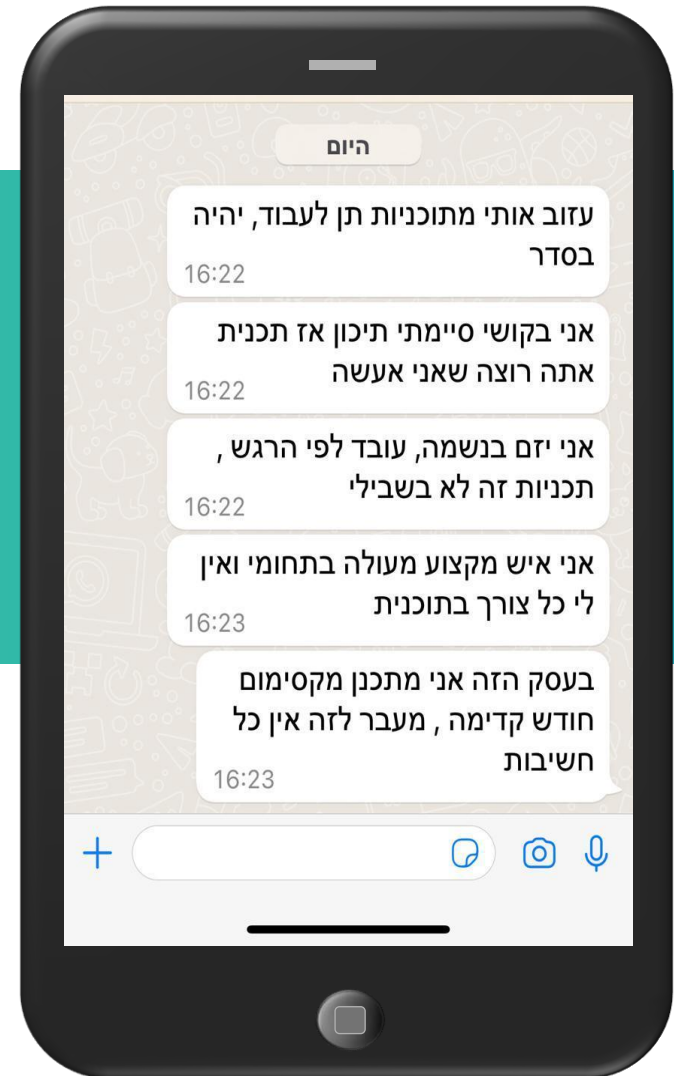


מדריך מקוצר לבניית תכנית עסקית לעסקים קטנים ובינוניים 2022

הדעה הרווחת - מדגם מייצג

Big
Mistake !



הצורך



אחד השלבים הראשונים בהקמת
העסק היא בניית תכנית עסקית

תהליך ההקמה מלווה בלא מעט
התלבטויות, חוסר בהירות,
סיכונים וכאבי בטן לא קטנים

הקמת מיזם או עסק מתחילים
בדרך כלל מחלום, צורך, חזון,
זיהוי הזדמנות או כולם יחד

מהי תוכנית עסקית?



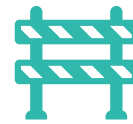
מתי בדאי
לעבור?



כיצד אפשר
להתגבר עליו



מי יכול
לסייע?



מה מפריע
/ חוסם?



מה יעזור
לנו לעבור?

למצב הרצוי –
תמונת העתיד או
ה"חלום"

תוכנית המגשרת
בין המצב המצוי-
ההווה

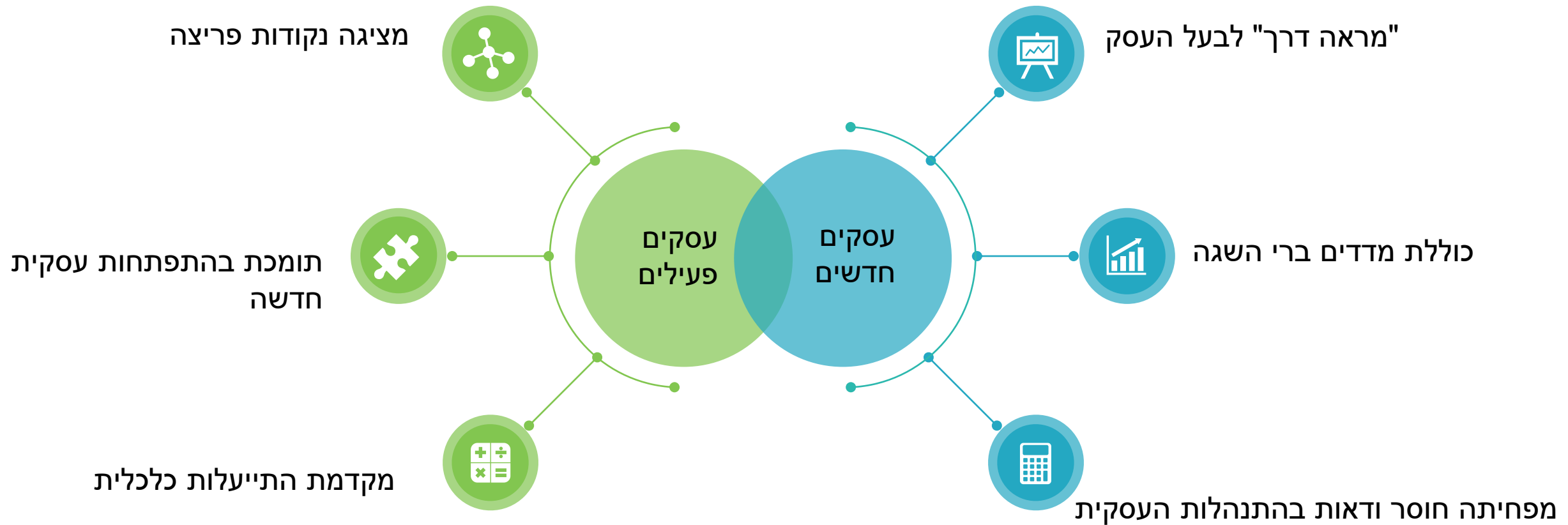
הבעיה

אם מחוסר הבנה
לחשיבותה של
תוכנית עסקית

רוב העסקים מעדיפים לא להתעסק עם
הכנת תוכנית עסקית

אם מחוסר ידע
כיצד להכין תוכנית
עסקית

למה זה חשוב ?



זה נראה
מסובך?



תוכנית עסקית היא "כוכב הצפון"

תוכנית עסקית

תוכנית לא חייבת להיות
ספר עב כרס עם טבלאות

וחישובים מסובכים, תוכנית יכולה גם
להיות מסמך פשוט, קריא וברור.

רצוי להיעזר באיש מקצוע לצורך ליווי והכוונה.



רגע לפני שקופצים למים



זה הזמן לחלום

כדאי וחשוב לחלום, להעלות על נייר את החלום, הפנטזיה שבבסיס החזון של בעל העסק. גם אם מדובר בחלום לא ריאלי לכאורה, ללא חלומות אין תמריץ ואין גורם המעורר לפעולה (טריגר).

שלב ראשון - מיפוי המצב הקיים (המצוי)



** האינפורמציה שתיאסף בשלב הזה תשמש אותנו בהמשך.

מבנה תכנית עסקית



1. תיאור העסק

01 תיאור הרעיון העסקי

התייחסות למודל העסקי שעומד בבסיסו – התיאור יכלול כל אלמנט שיש לו השפעה על אופי העסק כמו לדוגמא : עונתיות , מיקום וגודל פיזי נדרש, שעות פעילות , עלויות בסיסיות וכד'

01

02 פירוט המוצרים ו/או השירותים

תיאור המוצר ו/או השירות ביחס לשווקי יעד , מתחרים , יתרון יחסי , מדיניות תמחור , לוגיסטיקה , תהליך עבודה וכו'.

02

03 בעיות קריטיות

תיאור הבעיה , סיבתה ומה הפתרון לבעיה אותה רואה היזם.

03

2. שיווק ומכירות

הגדרת קהל היעד

אמצעי שיווק

אמצעים דיגיטליים כמו אינטרנט וכד' או אמצעים מסורתיים כמו סוכני מכירות או בשיטת ה call center

ערוצי הפצה

מכירה ישירה, סוכנים, חנות אינטרנטית וכו'

ניתוח המתחרים העיקריים

(חזקות וחולשות) לרבות המיתוג שלהם, מחירים וערוצי הפצה

מדיניות מכירות ותמחור

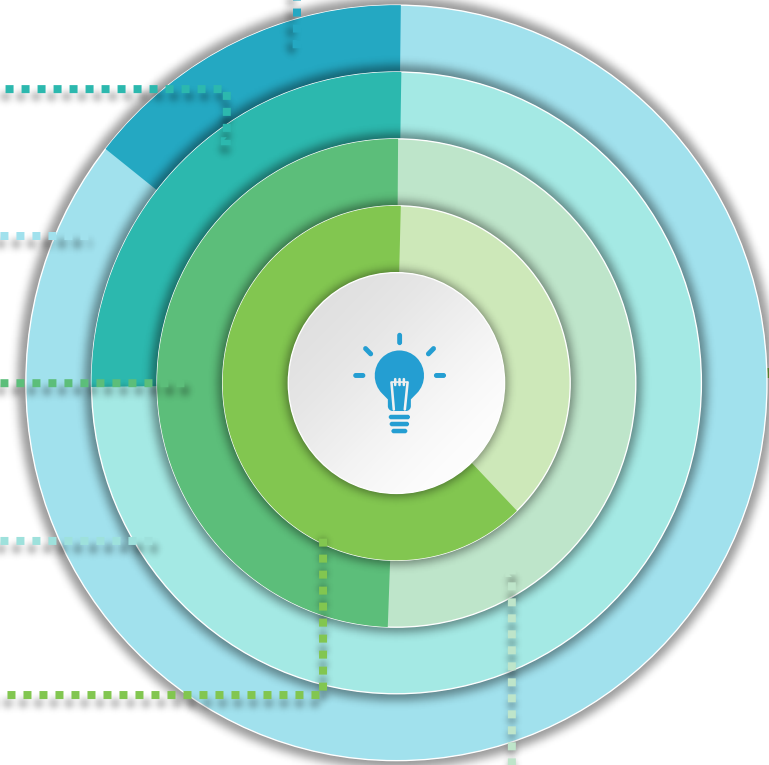
לדוגמא מחירונים שונים לקהלים שונים או לכמות שונה או פר לקוח

תוכנית שיווקית

התייחסות לאפיקי השיווק השונים – אינטרנט, דפוס, קידום מכירות, יחסי ציבור, כנסים וכד'

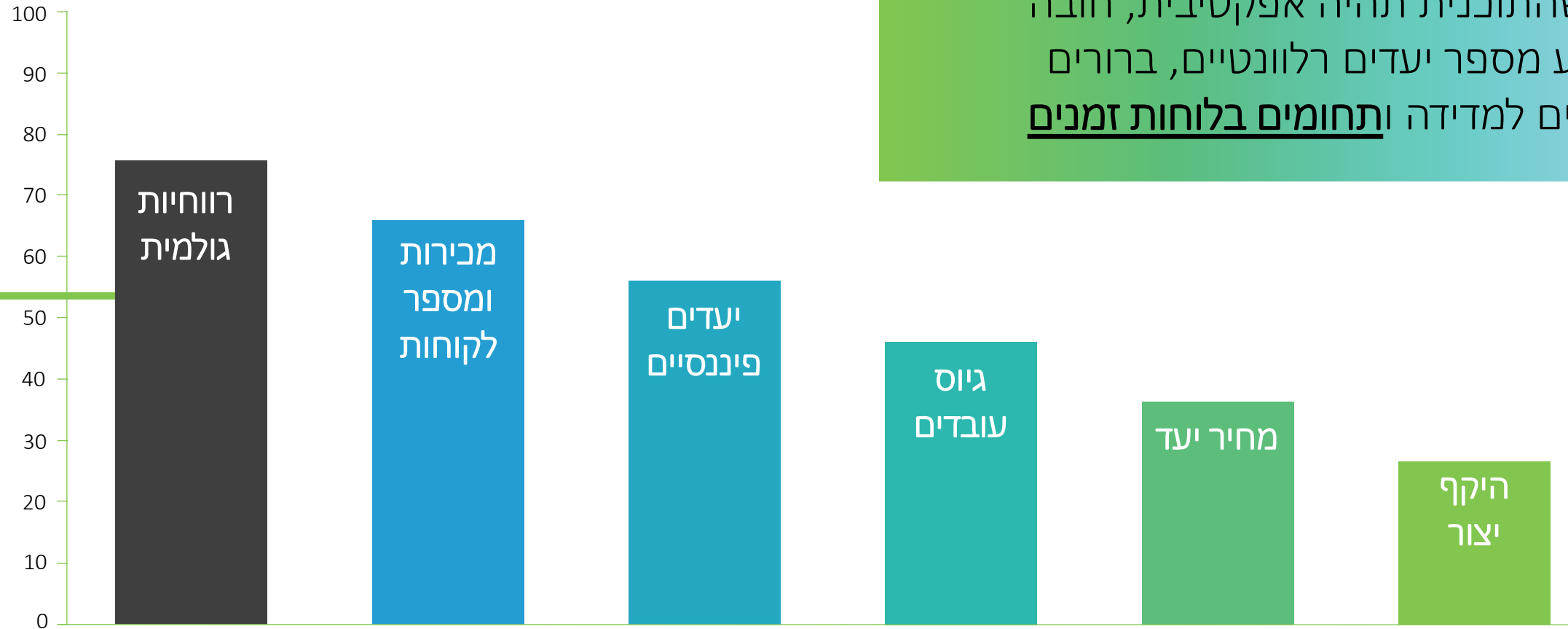
תקציב שנתי

(לפחות שנתיים קדימה) ברמה חודשית



3. קביעת יעדים מדידים

כדי שהתוכנית תהיה אפקטיבית, חובה לקבוע מספר יעדים רלוונטיים, ברורים וניתנים למדידה ותחומים בלוחות זמנים



4. מידע פיננסי



הפרק הזה חשוב במיוחד כאשר קיימים משקיעים לעסק או כשהעסק מעוניין בגיוס משקיעים או בגיוס הלוואות

המידע יכול לתת נתונים פיננסיים כלליים כמו – גובה השקעה נדרש, אמצעי מימון, מקורות מימון, תזרים מזומנים בסיסי, יכולת החזר השקעה/הלוואה - כמובן שכל נתון כזה ילווה בפירוט והסבר

תחזיות כספיות לרבות מכירות ורווחיות צפויה – התחזיות יוצגו במתכונת של דוחות הכוללים תחזית מכירות, פירוט הוצאות ישירות, הוצאות הנהלה ורווח צפוי המיועד לכיסוי השקעה





תוכנית
עסקית

לסיכום



תוכנית עסקית היא מסמך המשלב חלום ומציאות
וכמו שאומרים "הנייר סופג הכול", לכן חשוב מאוד
שבסופו של דבר תהיה ישימה וכלי עזר ליזם.

תוכנית עסקית טובה עשויה להפוך רעיון למציאות
לפיכך הליווי של איש מקצוע הוא קריטי.



תומר רבי

רואה חשבון

Certified Public Accountant (ISR)

<https://rabi-cpa.com/>

tomer_accounting@yahoo.com