

# SHISHA BAR



# TŁO BIZNESOWE:

- Do rozpoczęcia projektu skłoniło pragnienie stworzyć jeden z najlepszych barów we Wrocławiu gdzie można zapalić siszę.
- Realizuje się po to, żeby ludzie potrafili dobrze odpocząć, no i poza tym żeby zarobić na nich pieniądze.
- We Wrocławiu prawie nie ma miejsca gdzie będziesz mieć dobrą obsługę i fajną siszę.

PIWKO, SISZA, BLACK DEVILE



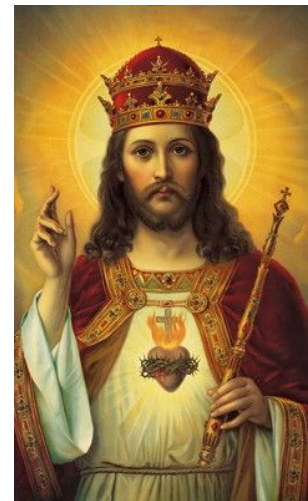
W SOBOTĘ UPOJNE CHWILE

# CEL:

- ◉ Chcemy , żeby we Wrocławiu było jak minimum 3 bary i 8 lokalów w innych klubach i ogródkach z naszymi siszami.
- ◉ Cel będzie osiągnięty, kiedy ludzie będą zadowolonymi naszymi „shisha barami”.
- ◉ Projekt ma być osiągnięty do końca lata.
- ◉ Projekt zamierzamy osiągnąć w centrum Wrocławia.
- ◉ Projekt realizuje się trzema kolegami.

# INTERESARIUSZE:

- Projekt wpłynie na młodych i nie tylko ludzi, które chcą żyć pełnym życiem.
- W projekcie nam mogą pomóc:
  - 1- Większy budżet.(Np. kredyt bankowy)
  - 3- Bogacze, którym nie szkoda pieniędzy na pomoc naszemu projektowi.
  - 4- Bóg, Jezus i Maria.



- W projekcie nie mamy czynników które mogą nam zagrozić.

# KRYTERIA SUKCESU

- Kiedy nasz projekt będzie przynosił nam ponad 100 000 złotych (netto) za miesiąc, wtedy będziemy wiedzieć , że on osiągnął swój sukces.
- Projekt jest ważny w skali „1-3” -> „3”
- Dla nas byłby idealnym największy poziom.
- Najniższego poziomu dla naszego projektu nie mamy, on ma być największy.



# ZAKRES, KAMIENIE MIŁOWE, KOSZT

- ◉ W projekcie będą stworzone jedne z najlepszych „shisha bary”, „lokale z siszami” we Wrocławiu.
- ◉ Planujemy to stworzyć do końca lata.
- ◉ W ogóle to wszystko będzie kosztować około 10000\$.



# POZA ZAKRESEM

W ramach projektu wszystko zostanie zrealizowane, dlatego że będzie stosowana technika CPM, za pomocą której zastanowimy co potrzebno zrobić i w jakiej kolejności.

## CPM

Critical Path Method  
(Metoda Ścieżki Krytycznej)

# BUDŻET PROJEKTU I INNE OGRANICZENIA

- ◉ Do dyspozycji my z kolegami mamy 12000\$.
- ◉ Myślimy, że ten projekt będzie zrealizowany przez 1-2 miesiące.
- ◉ Nas są troje kolegów, i razem wszystko robimy.  
„JEDEN ZA WSZYSTKICH, WSZYSCY ZA JEDNEGO!”



- ◉ Na razie nie mamy zależności od innych projektów.



# POTENCJALNE ZAGROŻENIA PROJEKTU

1. wzmacnianie konkurencji;
2. zwiększenie tempa inflacji;
3. zwiększenie cen na zasoby, obniżenie jakości;
4. duża zależność od dostawców;
5. stworzenie deficytu kadrów na rynku pracy.

# CZYNNOŚCI ŻEBY TEGO NIE BYŁO

1. Wzmocnić pozycje na rynku za pomocą wysoko wykwalifikowanych fachowców i nadania usług na wysokim poziomie i indywidualnym podejściu do każdego klienta.
2. Przeprowadzenie aktywnej reklamowej kampanii.
3. Zwiększenie cen na usługi przez zwiększenia popytu w związku z tym że nie mamy konkurentów.
4. Dodanie nowej produkcji w granicach asortymentu.
5. Przeprowadzenie aktywnej reklamowej kampanii.

# SZANSE

1. Zrealizować projekt taniej mnie może pomóc bank (przez kredyt) i interesariuszy.

Szybciej projekt mógłby być zrealizowany za pomocą dokładnej techniki CPM.

Łatwiej zrealizować projekt nam może pomóc rozważenie wszystkich możliwych powikłań. Jak na przykład problem z dostawą materiałów, finansowaniem.

2. Aby wykorzystać lub wzmocnić wydrażenia pozytywne, będziemy działać tak, aby szansa stała się rzeczywistością.

**Szanse:****Żeby było taniej:**

- 1). Znaleźć najtańszy wynajem miejsca.
- 2). Znaleźć rabaty na siszę, tabacco, węgla.
- 3). Darmowa reklama.

**Żeby było szybciej**(szybciej odnaleźć miejsce, żeby była szybka dostawa, i sam projekt w ogóle) - wykorzystanie techniki CPM .

**Zagrożenia:**

1. wzmacnianie konkurencji;
2. zwiększenie tempa inflacji;
3. zwiększenie cen na zasoby, obniżenie jakości;
4. duża zależność od dostawców;
5. stworzenie deficytu kadrów na rynku pracy.

**SWOT****MOCNE:**

1. Mamy wysoki poziom.
2. Mamy dobrą obsługą.
3. Pięknie miejsce.
4. Wszyscy klienci są zadowolone.

**SŁABE:**

1. Może być problem z dostawcą.
2. Nie bardzo dużo miejsca.
3. Słaba reklama.