

Требования к современному бизнес-плану и ошибки

- **Главная задача** – произвести положительное впечатление в решающие **первые пять минут**.
- Наиболее важные аспекты плана должны быть очевидны даже для самого невнимательного читателя!
- Убедительным, ясным
- Делать акценты на определенных фактах, целях и выводах – чтобы он был легким для восприятия, более эффективным как рабочий документ.

- Помнить о том, какую информацию, статистические данные и рисунки ожидают и что позволит плану произвести наилучшее впечатление!

Основные акценты:

- Резюме
- Финансы
- «Организационный план»
- Условия выхода из бизнеса/условия сделки

Задаваемые вопросы

- Для принятия решения о финансировании ?
- Насколько серьезно проработана бизнес-идея
- Достаточно ли крупным является рынок товара или услуги?
- Действительно ли финансовые прогнозы разумны, реалистичны и соот. принципам финансирования инвестора или кредитора?
- Достаточно ли опытен и квалифицирован ключевой управленческий персонал?
- Возможно ли составить четкое представление о том, как инвесторы или кредиторы возвратят деньги?
- **На все 5 минут**

- Резюме, Финансы, Организационный план **должны вселить уверенность**, что следует ознакомиться с др. разделами
- Инвесторы имеют опр. интерес к одним аспектам и придают большее значение.
- Главное – информация об интересе - принципы финансирования конкретного инвестора. (резюме и сопроводительное письмо)
- Можно **адаптировать порядок** изложения в резюме и весь бизнес-план к потребностям конкретных получателей!
- Основное - информация о специализации инвестора

- Используйте точные данные
- Худшее- допустить наличие ошибок!

- Если читатель знает – ваше утверждение неверно – **лишаетесь доверия!**
- Данные должны быть достоверными, полученными из надежного источника
- Ссылка или сообщение о сведениях

Объем бизнес-плана

- Ограничения плана - 15-35 стр (в ср. 20 стр.)
- Более 30 стр. (без приложений) должен занимать план для сложного бизнеса или товара)
- 40 и более – план ориент. на мотивированного специалиста
- Небольшой бизнес- 15 стр.
- 10 стр. производит впечатление поверхностного

- Ограничения приложения (они не должны быть пространственными)
- Бизнес –план оформление
- Бывают исключения (требуют изменения рекомендованной структуры)

Период времени для плана

- Большинство рассч. на срок **от 3 до 5 лет** (или до срока стратегии выхода из бизнеса)
- Но вкл. ежемесячные прогнозные финансовые отчеты только на 1-2 года
- Для 2-3 годов достаточно ежеквартальных фин. отчетов
- Для 4-5 - годовых

- Аналогичны рекомендации и на
детальные описания операционной или
основной деятельности
- На **1-2 годы** – полная информация; для
последующих- более общее описание
- Планы для сущ. предприятий и
внутреннего корпоративного
использования должны вкл.
информацию за последние **5 лет или за
все t существования.** (Позволит понять
схему циклических колебаний и
предвидеть события, которые могут
повториться)

Ощущение успеха!

- Язык при составлении плана может создать впечатление, вашу вдумчивость, осведомленность и рассудительность!
- И противоположность этого
- Цель – передать другим реалистичный оптимизм и энтузиазм в отношении своих планов на будущее.
- Применяйте простую манеру, избегайте неестественной речи.
- Естественность
- Избегать сленга и болтливости
- Оставайтесь профессионалом

- Осторожно – превосходные степени
- Избегайте – чрезмерной саморекламы
- Избегайте – «лучший», «потрясающий», «замечательный», «непревзойденный». Иначе – доверие снижается!
- Применяйте основанные на фактах описания и конкретную информацию!

- «Наш товар будет лучшим на рынке, поскольку он явно превосходит все остальные»
- «Наш товар будет не только обладать всеми достоинствами уже существующих продуктов, но предоставит потребителям дополнительные возможности x , y и z . Кроме того, его цена на 1000 тенге меньше, чем стоимость товара нашего ближайшего конкурента. Никто из наших соперников не предлагает товары с аналогичными возможностями».

- Если рассчитываете получить дополнительное финансирование для ресторана,

не стоит бросаться заявлениями о «потрясающих» блюдах и обстановке.

- Просто предоставьте конкретную информацию!!!
- Н-р: «Ресторан весьма популярен. Вечером в пятницу и субботу посетители ожидают свободный столик в среднем 45 минут, а в другие дни — 15-30 минут».
- **Единственное исключение из этого правила — обращение к превосходным степеням при формулировке миссии компании!!!!**

- *В бизнес-плане важна достоверность. Я хочу увидеть простую логику. Чем больше план полагается на веру, тем меньше доверия он заслуживает.*

Роберт Махоуни, корпоративный банкир

- **Используйте** положительные отзывы из независимых источников
- Читателей плана вряд ли удивят ваши описания товаров или услуг компании как «выдающихся».
- Бессмысленно приводить в бизнес-плане **собственные** высказывания о компании.
- Лучше найти характеристики вашей фирмы в независимых источниках. Объективные положительные оценки вселят в специалистов веру в ваш бизнес.
- Комментарий, почерпнутый из авторитетного **источника, становится весьма убедительным:**

- Используйте терминологию бизнеса

Самое сложное в процессе открытия своего дела - знать, что именно Вы не знаете.

(Полин Льюис)

- Должны знать и правильно использовать основные деловые термины.
- Не хотите дискредитировать себя в глазах специалистов или оказаться неправильно понятым
- Вам необходимо узнать, какие именно понятия приняты в вашей отрасли.
- Можете пополнить словарный запас в процессе подготовки раздела «Анализ состояния отрасли».

- Но не злоупотребляйте **техническим жаргоном** в надежде произвести глубокое впечатление.
- Возможно, план будет читать человек, плохо знакомый с вашей отраслью (прежде всего в случаях, когда вы заинтересованы во внешнем финансировании).

Стилистические особенности

Многие люди полагаются на цифры, и они вызывают доверие.

Если данные получены из заслуживающего доверия источника, они оказывают еще большее позитивное влияние.

- Один из способов сделать план более **убедительным** состоит в том, чтобы заявить:
- «Наш бизнес-план обоснован следующими цифрами», — после чего назвать конкретные данные.
- Например: «Наши прогнозы посещаемости подтверждаются цифрами, которые показывают, что соседний магазин посещают в среднем 22 покупателя в час в будние дни и 43 покупателя в час по субботам».

- Очень важно, чтобы текст бизнес-плана содержал **финансовую информацию, обосновывающую возможность достижения определенных целей.**
- «Наш новый метод производства позволит добиться снижения удельных затрат на 43% (прогнозируемая экономия: 750 тенге на единицу).
- В результате мы предложим потребителям дополнительные возможности по конкурентоспособной цене.
- При этом прибыль не изменится».
- Не следует рассчитывать на то, что читатель почерпнет эти подробные сведения из раздела финансов.
- Данная информация должна быть включена в текст бизнес-плана.

- ✓ Стиль свидетельствует об основательности.
- ✓ Оставьте больше свободного места, чтобы можно было делать заметки на полях.
- ✓ Используйте скоросшиватель, скрепляющий документ, желательно тот, который позволяет держать бизнес-план открытым на нужной странице.
- ✓ Используйте маркеры абзаца.
- ✓ Используйте текстовые блоки, а не абзацы с отступом.
- ✓ Не делайте орфографических ошибок!!

Используйте маркеры абзаца

Маркеры абзаца — символы, которые предшествуют информации, которую вы хотели бы выделить из текста (например, маленькие черные квадраты перед тремя следующими фразами).

Маркеры абзаца:

- привлекают внимание к конкретной информации;
- делают многословный материал более удобным для чтения;
- устраняют необходимость писать целыми предложениями.

Маркеры — превосходный способ передачи информации, несколько облегчающий составление бизнес-плана.

Поскольку они сразу **привлекают внимание**, используйте их только в тех случаях, когда вам **необходимо**, чтобы читатель **обязательно** заметил некую информацию.

- Постарайтесь не загромождать план слишком большим количеством выделенного текста;
- применяйте маркеры выборочно.
- они подходят для пунктов, содержащих короткий текст, чем для пространственных пунктов.
- Ваши маркированные списки превосходно подойдут для слайдов компьютерной презентации

- При принятии решения оформление плана расположение материала, переплет и т.д. **не имеет особого значения.**
- Но если план **сделан хорошо**, он задает сознанию определенные рамки.
- А если план составлен неправильно или плохо, это - большой минус.

- **Знайте, как и когда повторяться**
- Составление бизнес-плана открывает вам редкую возможность повторять уже сказанное .
- **Например**, касаясь проблемы подготовки кадров в разделе «Операционная деятельность», вы можете упомянуть о важности высоко-качественных услуг на целевом рынке и подчеркнуть обоснованность его выбора, вновь используя информацию, изложенную ранее в своем плане.
- «Опросы показывают, что наш целевой рынок, женщины в возрасте 35-49 лет, ориентирован на высокий уровень обслуживания. Как показывает анализ рынка, этот его сегмент расходует на приобретение нашего товара наибольшие суммы денег».

Однако, повторяясь, не забывайте о **двух моментах**:

■ повторяйте только ту информацию, которая имеет **большое значение и производит глубокое впечатление**;

Объем не относится к числу достоинств бизнес- плана.

Количество мыслей важно для предпринимателя.

Но в некоторых случаях существует обратная зависимость **между объемом плана и его качеством**.

■ не повторяйте одну и ту же информацию в пределах одного и того же раздела.

- **Использование визуальных материалов**
- изображение способно донести до читателя больше информации.
- на рисунок обязательно посмотрят.
- Графики, диаграммы и иллюстрации притягивают к себе взгляд;
- они привлекают внимание читателя, убедительно поясняют идеи и позволяют умерить монотонность текста.
- В процессе проведения исследования и составления бизнес-плана выделяйте информацию, которая может существенно повлиять на специалистов, если будет представлена в визуальной форме (например, позитивные статистические данные о росте или размере рынка).
- включите часть этих данных презентацию !

- **Фотографии и иллюстрации**
- Фотографии могут быть чрезвычайно эффектны, особенно если ваша компания производит необычный или не самый известный товар.

Вы можете включить в план:

- фотографии местоположения предприятия,
- специального оборудования или упаковки,

Фотографии следует размещать только в приложении.

- Но **небольшие иллюстрации** уместно вставить непосредственно в текст.
- Используйте только **высококачественные иллюстрации.**

- **Графики и диаграммы**
- Графики и диаграммы — превосходные средства передачи важной или производящей глубокое впечатление информации.
- Бизнес-план необходимо насыщать различными **схемами** (их размер **не должен превышать половины листа**).
- Как правило, схемы привлекают к себе внимание читателя, так как многие из специалистов **игнорируют приложения**.
- Не рисуйте диаграммы и графики от руки.
- Чтобы оказать еще большее воздействие диаграммы и графики представьте в цвете.