1. Название организации
2. Стадия развития проекта (в процессе реализации или на стадии запуска)
3. Суть бизнес-идеи:

Что? Какой товар вы производите или какую услугу предоставляете. Какую проблему местного сообщества это решает.

Для кого? Образ ключевого клиента по образцу. Если типов клиентов несколько, то для каждого из них необходимо заполнить таблицу.

Клиент №1

|  |  |
| --- | --- |
| Демографические характеристики | Психографические характеристики  (ключевая потребность – зачем и почему клиент должен купить у вас продукт или услугу) |
| Пол:  Возраст:  Образование:  Уровень дохода:  Социальный статус: |  |

Клиент №2

|  |  |
| --- | --- |
| Демографические характеристики | Психографические характеристики  (ключевая потребность – зачем и почему клиент должен купить у вас продукт или услугу) |
| Пол:  Возраст:  Образование:  Уровень дохода:  Социальный статус: |  |

И т.д.

1. Ассортимент (Линейка продуктов)

Линейка продуктов для клиента №1

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Группа | Бесплатный  (промо-продукт) | Дешевый | Средний (основной) | Дорогой | Супердорогой (VIP-продукт) |
| Название |  |  |  |  |  |
| Описание (какими характеристиками обладает продукт/услуг) |  |  |  |  |  |
| Цена |  |  |  |  |  |
| Бонусы (ценности, которыми мы привлекаем клиента) |  |  |  |  |  |

*ВАЖНО: Бонусы должны быть соотнесены с ценой продукта и не должны превышать по стоимости товар.*

Линейка продуктов для клиента №2

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Группа | Бесплатный  (промо-продукт) | Дешевый | Средний (основной) | Дорогой | Супердорогой (VIP-продукт) |
| Название |  |  |  |  |  |
| Описание (какими характеристиками обладает продукт/услуг) |  |  |  |  |  |
| Цена |  |  |  |  |  |
| Бонусы (ценности, которыми мы привлекаем клиента) |  |  |  |  |  |

*ВАЖНО: Бонусы должны быть соотнесены с ценой продукта и не должны превышать по стоимости товар.*

1. Конкурентные преимущества (чем ваш товар или услуга лучше, чем у конкурентов). *ВАЖНО: Конкурентами мы называем тех, с кем у нас совпадает целевая аудитория (клиент).*

*ПРИМЕР:*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование конкурентов | моя компания | Конкурент №1 | Конкурент №2 | Конкурент №3 |
| Критерии |
| Цена |  |  |  |  |
| Место расположения |  |  |  |  |
| Возможность доставки |  |  |  |  |
| Режим работы |  |  |  |  |
| Качество обслуживания |  |  |  |  |
| … |  |  |  |  |
| … |  |  |  |  |
| И т.д. |  |  |  |  |

1. План продвижения продукции или услуги

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Что будем делать? | Зачем будем делать? | Как будем делать? | Что будет в результате? \* | Сколько это будет мне стоить? |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| … |  |  |  |  |

*\* Результат обозначается в количественных или качественных показателях. Например: «Продажи увеличились на 30%», «Привлечено 25 клиентов», «Наличие положительных отзывов от клиентов» и т.д.*

1. Требуемые ресурсы

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Материально-технические ресурсы  (оборудование, сырье, материалы, финансы) | | |
| Имеющиеся | Требуемые | Где я найду требуемые ресурсы? | |
|  |  |  | |
|  | 2. | |
| … | … | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Человеческие ресурсы | | |
| Имеющиеся | Требуемые | Где я найду требуемые ресурсы? | |
|  |  |  | |
|  | 2. | |
| … | … | |

1. Финансовый план

Расходы

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Стоимость за 1 ед. (в рублях) | Количество (в штуках) | Расходы за 1 месяц (примерно за 30 дней) | Расходы за 1 год (общие) |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

*ВАЖНО: Учитывайте все необходимые ресурсы. Не забывайте о заработной плате сотрудникам, ежемесячных платежах, пополнениях материалов и т.д.*

*ВАЖНО: Все расчеты ведутся, исходя из среднестатистических показателей по вашему проекту.*

Доходы

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Стоимость за 1 ед. (в рублях) | Количество (в штуках) | Прибыль за 1 месяц (примерно за 30 дней) | Прибыль за 1 год (общая) |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

*ВАЖНО: Все расчеты ведутся исходя из среднестатистических показателей по вашему проекту.*

Чистая прибыль:

За 1 месяц…

За 1 год…

1. Анализ рисков и способы их предотвращения или устранения.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Виды рисков | Риски | Мероприятия по сокращению рисков |
| Экономические | 1)  2) | 1)  2) |
| Психологические | 1)  2)  3) | 1)  2)  3) |
| Технологические | 1) | 1) |
| … |  |  |
| И т.д. |  |  |

10. Способы масштабирования и тиражирования вашего товара или услуги.

11. Дополнительная информация: фото товара или услуги, ссылки на социальные сети или сайты товара, или услуги, продающие тексты и т.д.