

به نام خداوند جان و خرد

طرح کسب و کار موفق

برای کارآفرینان و کسب و کارهای کوچک و متوسط

ترجمه و سرآوری:

دکتر علی خوزین

(عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی)

محمدرضا بابایی

(عضو هیأت علمی و رئیس مرکز آموزش علمی کاربردی نرم و فنون قزوین)

سعید بنی فاطمی

تهران

انتشارات ساکو

۱۳۹۵

سرشناسه	خوزین، علی، ۱۳۵۶-، گردآورنده، مترجم
عنوان و نام پدیدآور	طرح کسب و کار موفق / ترجمه و گردآوری علی خوزین، محمدرضا بابایی و سعید بنی فاطمی
مشخصات نشر	تهران: ساکو، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	۱۹۶ ص.: نمودار.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۸۰۶۲-۵۳-۰۰
وضعیت فهرست‌نویسی	فیبا
یادداشت	کتابنامه.
موضوع	موفقیت در کسب و کار
موضوع	Success in business
موضوع	کارآفرینی
موضوع	Entrepreneurship
موضوع	خلاقیت در کسب و کار
موضوع	Creative ability in business
شناسه افزوده	بابایی، محمدرضا، ۱۳۵۰-، گردآورنده، مترجم
شناسه افزوده	بنی فاطمی، سعید، ۱۳۴۷-، گردآورنده، مترجم
رده‌بندی کنگره	۱۳۹۵ ط ۴۹ خ / HF۵۳۸۶
رده‌بندی دیویی	۶۰۰
شماره کتابشناسی ملی	۴۴۰۰۴۸۵

تلفن مرکز بخش: ۵۲۲ ۶۶۲-۶۶۵۷۲۶۹۲-۰۲۱



www.nasresaco.ir

نام کتاب : طرح کسب و کار موفق

مؤلفان : علی خوزین، محمدرضا بابایی و سعید بنی فاطمی

با همکاری : مرکز آموزش علمی - کاربردی علوم و فنون قزوین

ناشر : ساکو

واژه‌نگار : انتشارات ساکو

طرح جلد: انتشارات ساکو

لیتوگرافی : طاووس رایانه

چاپخانه : اصلانی

سال نشر : ۱۳۹۵

نوبت : اول

شمارگان : ۵۰۰

قیمت : ۱۵۰۰۰ تومان

ISBN: 978-600-8062-53-0

شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۸۰۶۲-۵۳-۰۰

«مسئولیت مطالب کتاب به عهده مؤلف و حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به انتشارات ساکو است.»

اخطار! هرگونه کپی و تکثیر از نظر شرعی و قانونی مجاز نمی‌باشد و پیگرد قانونی دارد.

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

۷.....پیشگفتار

فصل ۱: کسب و کار موفق

۱۰.....	فاکتورهای یک کسب و کار موفق
۱۱.....	مفهوم کسب و کار
۱۳.....	درک بازار
۱۴.....	سلامت صنعت و روندهای موجود در آن
۱۷.....	مدیریت توانمند
۱۹.....	توانایی جذب، ترغیب و حفظ کارکنان
۱۹.....	کنترل مالی
۲۰.....	وفقی پذیری و پیش بینی تغییرات
۲۲.....	صداقت و درستی و ارزش های شرکت
۲۳.....	پاسخ دادن به فرصت ها و روندهای جهانی
۲۵.....	عوامل ایجاد انگیزه
۲۵.....	رضایت شخصی: چهار C
۲۸.....	خلاصه فصل

فصل ۲: اقدام به شروع تهیه طرح کسب و کار

۳۰.....	فرایند طرح کسب و کار
۳۱.....	جمع آوری اطلاعات
۳۵.....	منابع اطلاعات
۳۶.....	منابع اطلاعاتی برخط
۳۷.....	منابع پژوهشی آفلاین
۳۹.....	فهرست راهنمای برخط SBPC
۳۹.....	موقعیت یاب اتاق های بازرگانی
۴۲.....	نحوه انجام پژوهش بازار توسط خودتان
۴۶.....	تحلیل سریع قابلیت اجرای (طرح کسب و کار)
۴۸.....	خلاصه فصل

فصل ۳: تنظیم طرح کسب و کار ترغیب کنند

۵۴.....	پنج دقیقه حیاتی
۵۵.....	ارزیابی طرح کسب و کار
۵۶.....	افزایش میزان علاقه مندی خوانندگان
۵۷.....	بیان درست واقعیت های کسب و کار

۵۷	 اندازه طرح کسب و کار
۵۸	 اندازه بازه زمانی طرح کسب و کار
۵۹	 استفاده از واژگان برای انتقال حس موفقیت
۵۹	 محتاط در استفاده از صفات عالی و مبالغه‌آمیز
۶۰	 استفاده از نظرات مثبت ارائه شده توسط افرادی خارج از مجموعه
۶۱	 استفاده از واژگان تجاری
۶۲	 نکاتی در مورد سبک نوشتار
۶۳	 استفاده از ساختار Bullet Point
۶۴	 آگاهی داشتن از چگونگی و زمان استفاده از تکرار
۶۴	 استفاده از نگاره‌ها بصری در طرح کسب و کارتان
۶۶	 خلاصه فصل

فصل ۴: خلاصه مدیریتی اجرایی

۷۰	 خلاصه مدیریتی
۷۰	 خلاصه مدیریتی را در پایان کار بنویسید
۷۲	 هدف‌گذاری برای خلاصه مدیریتی
۷۳	 انواع خلاصه مدیریتی
۷۵	 نوشتن خلاصه مدیریتی
۷۵	 طرح و اندازه خلاصه مدیریتی
۷۶	 خلاصه فصل
۷۷	 فرم آماده‌سازی یک خلاصه مدیریتی از نوع «جمالی»

فصل ۵: تشریح کسب و کار

۸۸	 تشریح موارد اساسی در مورد نوع کسب و کار
۸۹	 نام کسب و کار
۹۱	 اهداف کسب و کار / بیان مأموریت
۹۱	 مسائل حقوقی
۹۴	 محصولات و خدمات
۹۶	 مدیریت / رهبری
۹۶	 موقعیت مکانی کسب و کار
۹۶	 مرحله توسعه کسب و کار و شاخص‌های زمان‌بندی شده‌ای که تا به امروز محقق شدند
۹۸	 وضعیت مالی
۹۸	 خلاصه فصل

فصل ۶: تحلیل صنعت و روندهای موجود

۱۰۴	 کسب و کار شما و صنعت
۱۰۵	 بخش اقتصادی کسب و کار شما

۱۰۶	صنعت شما (صنعتی که در آن فعالیت می کنید).....
۱۰۶	اندازه و میزان رشد صنعت شما.....
۱۰۸	بلوغ صنعت.....
۱۰۹	میزان حساسیت به چرخه های اقتصادی.....
۱۱۲	فصلی بودن.....
۱۱۳	تغییرات تکنولوژیکی.....
۱۱۴	قوانین / گواهینامه ها.....
۱۱۵	کاتال های تأمین و توزیع.....
۱۱۶	مشخصات مالی.....
۱۱۶	آماده سازی بخش تحقیق و توسعه برای طرح کسب و کار.....
۱۱۷	خلاصه فصل.....

فصل ۷: بازار هدف

۱۲۲	مشتریان خود را بشناسید.....
۱۲۲	آیا کسب و کار شما بازارگرا است؟.....
۱۲۳	تعریف بازار هدف برای کسب و کار.....
۱۲۵	توصیف جمعیتی.....
۱۲۶	توصیف جغرافیایی.....
۱۲۷	توصیف سبک کسب و کار / سبک زندگی.....
۱۲۸	توصیف روان شناختی.....
۱۳۰	توصیف الگوهای خرید.....
۱۳۱	تشریح حساسیت های خرید.....
۱۳۲	اندازه بازار و روندهای (گرایشات) موجود.....
۱۳۳	اندازه بازار.....
۱۳۳	روندهای موجود (گرایشات بازار).....
۱۳۴	آماده کردن بخش بازار هدف در طرح کسب و کار.....
۱۳۵	خلاصه فصل.....

فصل ۸: رقابت

۱۳۸	بدانید که چه چیزی در مقابل شماست.....
۱۴۰	جایگاه رقابتی.....
۱۴۲	فاکتورهای درک مشتری.....
۱۴۷	توزیع سهم بازار.....
۱۴۹	رقابت آینده.....
۱۵۰	آماده سازی بخش «رقابت» در طرح کسب و کار.....
۱۵۱	خلاصه فصل.....

فصل ۹: جایگاه استراتژیک و ارزیابی ریسک

۱۵۸	مقدمه
۱۵۹	جایگاه استراتژیک
۱۵۹	جایگاه استراتژیک معرف کاری است که انجام می‌دهید
۱۶۰	یک جایگاه استراتژیک در عین حال آنچه را نباید انجام دهید هم تعریف می‌کند
۱۶۱	جایگاه استراتژیک چیزی بیش از تبلیغات است
۱۶۲	انواع جایگاه‌های استراتژیک
۱۶۶	مزیت اول بودن
۱۶۷	کالانماسازی
۱۶۸	ریسک
۱۶۹	ایجاد موازنه بین ریسک‌ها و فرصت‌ها
۱۷۰	خلاصه فصل

فصل ۱۰: طرح بازاریابی استراتژی فروش

۱۷۶	رسیدن به مشتریان و مجنوب کردن آنان
۱۷۷	پیغام کسب و کارتان
۱۷۸	چهار P در بازاریابی (چهار کلمه‌ای که به حرف "P" سرور می‌شوند)
۱۷۹	آنچه که مشتریان می‌خواهند: پنج F
۱۸۰	قدرت پیغام غیر مستقیم
۱۸۱	کانال‌های بازاریابی
۱۸۵	تاکتیک‌های بازاریابی
۱۸۵	تبلیغات رسانه‌ای
۱۸۵	بازاریابی مشتری محور
۱۸۶	شرکت‌های راهبردی
۱۸۸	ساختار فروش شما
۱۸۸	قلب تپنده نیروی فروش شما
۱۸۸	فعالیت‌های فروش
۱۸۹	کارکنان فروش داخلی
۱۸۹	کارکنان فروش خارجی
۱۸۹	آموزش و نحوه پرداخت به کارکنان
۱۹۰	فرایند فروش
۱۹۲	آماده‌سازی بخش «بازاریابی» در طرح کسب و کار
۱۹۲	خلاصه فصل
۱۹۶	کتابنامه

پیشگفتار

طرح کسب و کار (business plan) یک نوشته‌ای است که اهداف کسب و کار را تعیین، دلایل امکان تحقق اهداف را ذکر و برنامه‌هایی که برای رسیدن به اهداف دنبال می‌شوند را ارائه می‌کند. همچنین ممکن است شامل اطلاعاتی درباره پیشینه سازمان و تیم مجری طرح باشد. طرح کسب و کار سندی مکتوب است که جزئیات کسب و کار پیشنهادی را مشخص می‌کند. این سند باید ضمن تشریح موقعیت کنونی، نیازها، انتظارات و نتایج پیش‌بینی شده را شرح دهد و کلیه جوانب آن را ارزیابی کند.

طرح کسب و کار نوشته‌ای توصیفی و جامع در مورد کسب و کار یک مؤسسه یا یک کارآفرین است. این طرح حاوی بسیاری از جزئیات دقیق در خصوص تولیدات یا خدمات یک شرکت، بازار و مشتریان، رقبا، منابع سانی، منابع تأمین مالی، تکنولوژی و ابعاد فنی محصول یا خدمات و ... است. یکی از مهمترین کارکردها، ارزیابی ریسک‌های تجاری این است که با تدوین آن، کارآفرین می‌تواند عوامل داخلی و خارجی درگیر در یک کسب و کار را شناسایی و اثر آنها را بر روی فعالیت خود بررسی نماید. یکی دیگر از کارکردهای طرح کسب و کار این است که قضاوت در مورد سرمایه‌گذاری یا عدم سرمایه‌گذاری بر روی یک طرح را برای سرمایه‌گذاران یا وام‌دهندگان طرح تسهیل می‌کند. آماده کردن یک طرح کسب و کار، نتیجه نهایی روند طرح‌ریزی نیست، بلکه تحقق طرح، هدف نهایی است. با این وجود نوشتن طرح یک مرحله میانی مهم است. طرح نشان می‌دهد که به منظور یک کسب و کار محرز، بررسی‌های دقیق در ایجاد کسب و کار انجام شده است و برای راه‌اندازی آن، کارآفرین وظیفه‌اش را انجام داده است.

اطلاعاتی که در این کتاب گردآوری شده برای افراد کارآفرین، دانشجویان و کسانی که به فکر راه‌اندازی یا توسعه کسب و کار خود می‌باشند و تمامی علاقه‌مندان به این موضوع، بسیار مفید و کاربردی است. اطلاعاتی که هر کارآفرین و شخصی که به فکر راه‌اندازی کسب و کار مستقل است باید بداند و با آنها آشنا باشد، طرح کسب و کار می‌بایست نگرشی واقع‌بینانه از پیش‌بینی‌ها و مقاصد بلندمدت داشته باشد. این دید و نگرش چارچوبی را به وجود می‌آورد که طرح باید در آن فعالیت کند و نهایتاً، یا موفق می‌شود یا شکست می‌خورد. برای مدیران و یا کارآفرینانی که به دنبال حمایت خارجی هستند، آماده کردن یک طرح جامع، موفقیت را در افزایش بودجه‌ها یا تجهیز پشتیبان ضمانت نخواهد کرد. عدم وجود یک طرح منطقی، یقیناً شکست را حتمی خواهد کرد.