

SPIS TREŚCI

Wstęp 7

Po co powstała ta książka? 7

Snujesz opowieść 14

Wygląd i prezentacja 16

Fakty i dane 18

Gromadzenie danych 21

Powtórzenia 24

Podдай swój dokument ocenie 25

01 Struktura biznesplanu 26

Załączniki 30

02 Streszczenie 33

03 Historia firmy 38

Czym się zajmujesz i co robiłeś dotąd? 38

Firma 38

Jaki oferujesz produkt bądź usługę? 39

Rynki zbytu 39

Zaopatrzenie 40

Co robiłeś dotąd? 42

04 Rynek 45

Ogólny zarys sytuacji na rynku 45

Struktura rynku 46

Konkurencja 47

Klienci 49

Dystrybucja 49

Tendencje rynkowe	53
Przewaga nad konkurencją	55
Segmentacja rynku	57
Zróźnicowanie	57
Polityka cenowa	58
Bariery utrudniające wejście na rynek	60
Wielkie zmiany i nowe technologie	61
Przykłady zmian na rynku	61
Strategie mieszane	63

05 Działalność 65

Różnice	66
Procesy operacyjne	67
Kontrola	68
Doświadczenie	69
Zaopatrzenie	70
Systemy komputerowe	71
Lokalizacja i otoczenie	72
Regulacje prawne	73

06 Zarządzanie 75

Istotna różnica	81
Wymagane umiejętności	81
Struktura organizacyjna	83
Pokaż, że panujesz nad sytuacją	84
Zarządzanie	89

07 Oferta 93

Wyjaśnij, na czym polega twoja oferta	93
Oferta	94
Dlaczego odniesiesz sukces?	96
Poproś o to, czego potrzebujesz!	97
Co sam zainwestowałeś?	99
Druga tura finansowania	100

Finalizowanie transakcji 100

Wyjście z inwestycji 101

08 Prognozy 103

Prognoza sprzedaży 103

Koszty 106

Prognoza pięcioletnia 107

Rewizja biznesplanu 109

Analiza wrażliwości 110

Kluczowe założenia 113

Wyjaśnij istotne kwestie 117

09 Informacje finansowe 120

Rachunek zysków i strat 122

Prognozy przepływów pieniężnych 125

Analiza wrażliwości 128

Rentowność 128

Kapitał finansowy 130

Uzgadnianie i sprawdzanie 131

Synchronizacja 131

Zestawienie bilansowe 133

Tendencje 141

Kilka ważnych pojęć 141

10 Czynniki ryzyka 145

Gdzie zrobiliśmy błąd? 148

Myślenie w dłuższej i krótszej perspektywie 148

Skup się na ważnych sprawach 149

Nie zapominaj o codziennych sprawach 149

11 Poufność i kwestie prawne 152

Poufność 152

12 Sprzedaż firmy 157

Wyjaśnij, dlaczego sprzedajesz firmę 158

Podkreślaj wspaniałe perspektywy otwierające się przed firmą 158

Nie marnuj czasu na ilustrowanie nagłej poprawy koniunktury, której lada chwila się spodziewasz 158

Czy dołączać prognozę? 160

Kim jest nabywca? 160

Wstrzymywanie informacji 161

Due diligence 162

Czy jesteś właścicielem tego, co sprzedajesz? 163

13 Wewnętrzny biznesplan – poprawa wyników firmy 165

Planowanie to nie sporządzanie budżetu 165

Strategiczna wizja i działanie 175

Tworzenie strategii 179

Planowanie z myślą o personelu 191

Wskazówki praktyczne 195

14 Biznesplan w przetargach i licytacjach 206

Załączniki 211