Vzor podnikatelského záměru

Dokument slouží jako **podklad** pro tvorbu byznys plánu Vašeho podniku. Najdete v něm nejdůležitější strategické oblasti – nebojte se ale doplnit své vlastní.

Kurzívou psaný text slouží jako **nápověda**, jak dokument vyplnit. Pokud budete plán prezentovat, nezapomeňte vysvětlivky předem odstranit.

**Potřebujete další informace?** Přečtěte si [**návod, jak vytvořit byznys plán**](https://www.jake-james.cz/blog/navod-jak-vytvorit-byznys-plan-od-analyzy-az-po-strategii?utm_source=dokument&utm_medium=vzor&utm_campaign=byznysplan).

Název projektu

Podnikatelský záměr

**Jméno a příjmení:**

**IČ:**

**Kontaktní údaje:**

**Obsah:**

[Shrnutí projektu 1](#_Toc152365782)

[O společnosti 2](#_Toc152365783)

[Základní informace 2](#_Toc152365784)

[Klíčoví lidé 2](#_Toc152365785)

[Situační analýza 3](#_Toc152365786)

[Zákazník 3](#_Toc152365787)

[Situace na trhu 3](#_Toc152365788)

[Konkurence 4](#_Toc152365789)

[SWOT analýza podniku 5](#_Toc152365790)

[Vize, mise a cíle podniku 6](#_Toc152365791)

[Vize 6](#_Toc152365792)

[Mise 6](#_Toc152365793)

[Cíle 6](#_Toc152365794)

[Finanční plán 7](#_Toc152365795)

[Způsob financování 7](#_Toc152365796)

[Plánovaný rozpočet 7](#_Toc152365797)

[Plán finančních toků 7](#_Toc152365798)

[Marketingový plán 8](#_Toc152365799)

[Produkt 8](#_Toc152365800)

[Cenová politika 8](#_Toc152365801)

[Plán distribuce 8](#_Toc152365802)

[Plán propagace 8](#_Toc152365803)

[Výrobní plán 9](#_Toc152365804)

[Potřebné vstupy 9](#_Toc152365805)

[Dodavatelé vstupů 9](#_Toc152365806)

[Výrobní postup 9](#_Toc152365807)

[Časový harmonogram 10](#_Toc152365808)

# Shrnutí projektu

V tomto oddíle stručně shrnete obsah celého dokumentu. Čtenář tak ihned získá základní informace o Vašem projektu. Vysvětlete, jaký produkt/službu budete nabízet a proč by měl mít na trhu úspěch.

Zmiňte se o cílech podniku a v krátkosti popište finanční stránku věci – jaký je Váš byznys model, jaký očekáváte zisk, jak ho hodláte dosáhnout a v jakém časovém horizontu.

Shrnutí projektu se obvykle vyplňuje až jako poslední.

# O společnosti

## Základní informace

**Název společnosti:**

**Právní forma společnosti:**

**IČ:**

**Sídlo společnosti:**

**Obor podnikání:**

**Nabízený produkt/nabízená služba:**

## Klíčoví lidé

**Jednatel**

Jméno a příjmení:

Profesní zkušenosti:

**Společník**

Jméno a příjmení:

Podíl (%):

**Společník**

Jméno a příjmení:

Podíl (%):

# Situační analýza

## Zákazník

Zamyslete se, kdo si Váš produkt/službu typicky koupí. Právě tuto cílovou skupinu budete chtít oslovit jako první.

**Cílová skupina**

**Způsob, jak zákazníky oslovíme**

**Přání a potřeby zákazníka**

## Situace na trhu

Zjistěte, do jakého podnikatelského prostředí se pouštíte. Kolik je na trhu konkurentů? Je na trhu nějaká mezera?

**Hrozby na trhu**

**Příležitosti na trhu**

## 

## Konkurence

Ujasněte si, s kým budete bojovat o přízeň zákazníků. Každý má konkurenty. Mohou to být firmy v okolí nebo společnosti, které nabízí stejný/podobný produkt či službu. Myslete i na konkurenční řešení, která se od toho Vašeho liší, ale řeší stejnou zákazníkovu potřebu nebo problém (jde o tzv. substituty).

Popište, v čem nad Vámi mají konkurenti navrch a v čem naopak vynikáte Vy.

**Hlavní konkurenti**

**Detaily o konkurenčních produktech/službách**

**Přednosti konkurentů**

**Naše výhody oproti konkurenci**

**Substituty (nepřímá konkurence)**

## SWOT analýza podniku

Pokuste se určit silné a slabé stránky (**SW**OT) Vašeho podniku oproti ostatním. Přednosti chcete maximálně vytěžit, slabiny naopak postupně omezit.

Shrňte také, jaké příležitosti můžete v podnikání využít a na jaké hrozby si musíte dát pozor (SW**OT**).

**Silné stránky**

**Slabé stránky**

**Příležitosti**

**Hrozby**

# Vize, mise a cíle podniku

Start podnikání je plný nejistot – proto se vyplatí mít jasný plán. Když víte, **kam** směřujete, snáze naplánujete, **jak** se tam dostat.

* Vize podniku mluví o tom, čeho chcete jako firma dosáhnout, o co usilujete. Například: „Chceme být přední značkou na trhu se zubními pastami.“
* Mise podniku definuje poslání firmy. Přibližuje, jaká Vaše firma je, a nastiňuje, jak hodlá splnit ideální vizi. Příklad: „Usilujeme o to, aby měli lidé sebevědomý a zdravý úsměv v každém věku.“
* V dalším kroku přetavte obecnou vizi a misi do konkrétních cílů. Cíle stanovte realisticky a určete si také časový rámec, do kdy je hodláte splnit. Nezapomeňte, že by měly být měřitelné.

## Vize

## Mise

## Cíle

# Finanční plán

Odhadněte, kolik peněz budete na rozjezd podnikání potřebovat a kde tyto finance seženete. Rozmyslete si také, jak hodláte dosáhnout zisku.

## Způsob financování

## Plánovaný rozpočet

**Odhadované náklady (vstupní a provozní)**

**Plánovaná marže**

**Odhadované tržby**

**Odhadovaný zisk**

## Plán finančních toků

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Položka** | **1. kvartál** | **2. kvartál** | **3. kvartál** | **4. kvartál** |
| Odhadované příjmy |  |  |  |  |
| Odhadované výdaje |  |  |  |  |
| Odhadované cash flow |  |  |  |  |

# Marketingový plán

Stanovte, jak přesně bude Váš produkt/služba vypadat a v čem bude lepší než ten konkurenční. Určete výši cen a slev a naplánujte, jak produkt/službu dostanete k zákazníkům. Rozmyslete si také, jak o sobě dáte vědět světu.

## Produkt

**Popis produktu/služby**

**Unikátní vlastnosti produktu/služby**

**Které zákazníkovy problémy/potřeby řeší?**

## Cenová politika

## Plán distribuce

## Plán propagace

# Výrobní plán

Navrhněte, jak Váš produkt/službu zrealizujete. Ujasněte si, jaké vstupy budete pro výrobu (respektive poskytování služeb) potřebovat a zvažte, od koho je pořídíte. Můžete také rozvrhnout výrobní postup a určit, kdo za realizaci jeho částí odpovídá.

## Potřebné vstupy

## Dodavatelé vstupů

## Výrobní postup

# Časový harmonogram

Odhadněte, kolik času Vám rozjezd podnikání zabere – a do kdy chcete dosáhnout stanovených cílů.