**الگوی طرح تجاری يك صفحه‌اي - One Page Business Plan**

|  |  |
| --- | --- |
| شما به زبان خودتان بگوييد از کسب وكارتان چه تصوري داريد. جلوي هيچ فكري را نگيريد و از هر چه به ذهن‌تان مي‌رسد، استفاده كنيد. بگذاريد ذهن‌تان به دوردست ها برود. ديدگاه‌تان وسيع باشد، جـامع و ايـده‌آل گرايانه، تصـور واضحي از كاري كه مي‌خواهيد، انجام دهيد، ترسيم كنيد. در چشم­انداز جواب اين سؤال را بدهيد: چه چشم­انداز يا دورنمايي از آينده كسب و كارتان متصور هستيد؟ مي خواهيد داراي چه كسب و كاري شويد و به كجا برسيد؟ | **چشم انداز** |
| مأموریت شما یعنی چه كاره هستيد؟ چه كالا يا خدمتي توليد مي‌كنيد؟ به بیان مختصر مشتري‌هاي شما چه كساني هستند؟ كسب و كار شما چه نيازي را برطرف مي‌كند؟ فلسفه وجودي كالا يا خدمت يا كسب و كارتان را توضيح دهيد. در چند كلمه حيطة تمركز شركت‌تان و چيزي را كه به مشتري عرضه مي‌داريد، بيان كنيد. | **مأموريت** |
| موفقیت در کسب و کار شما یعنی چه؟ بايد به صورت مقاصد ويژه و قابل اندازه‌گيري بگویید چه وقت موفق هستید. اهداف، انواع مختلفي دارند: براي يك طرح كسب و كار يك صفحه‌اي معمولاً بين شش تا نه هدف كافي است. اهداف مي‌توانند مربوط به امور مالي از قبيل فروش، سود، جريان نقدي يا موجودي كالا باشند؛ يا سهم بازار: تعداد مشتري‌ها، منابع انساني، مثل حقوق و مزايا، سود، محيط كار و ... در نوشتن اهداف به اين نكته توجه كنيد،‌كه اهداف نه بايد خيلي راحت و قابل حصول باشند و نه خيلي دور از انتظار و دست نيافتني. معمولاً دورة زماني براي تعيين اهداف 2 يا 3 سال است.  مثلاً:   * افزايش ميزان فروش به اندازة 20% يا 40 ميليون تومان، در سال 94 * عقد قرارداد با 20 تأمين كننده براي تأمين 1000 نوع كالا، تا پايان تابستان 95 * تدوين مجموعة آموزشي و كتاب‌هاي كار و تمرين، تا پايان سال 95   **يك هدف مؤثر، نقطة پاياني كاملاً تعريف شده‌، با عناصر قابل اندازه‌گيري، مي‌باشد.** | **اهداف** |
| چگونه اين كسب و كار راه‌اندازي مي‌شود و در ادامه مديريت مي‌شود؟ چه عواملي و تدابیری در طول زمان سبب موفقيت اين فعاليت خواهد شد؟ چگونه اين كسب و كار رشد خواهد كرد؟  يك استراتژي خوب بايد هم كلي باشد و هم متمركز. استراتژي‌ها بايد هم به عوامل خارجي مؤثر بر كار و هم بر عوامل داخلي مؤثر، توجه داشته باشند. مي‌توانيد، عوامل مؤثر يا عوامل ناكارآمد در كارهاي شركت را پيدا كنيد. مثلاً چه عاملي جلوي رشد و سوددهي يا كارآيي‌تان را مي‌گيرد؟ سپس علت اين عوامل را ريشه‌يابي كنيد، ببينيد چي بايد عوض شود يا تغيير كند و چه رويه‌اي را بايد دنبال كنيد.  به فرض، ” استخدام بهترين‌ها و حفظ آن‌ها به وسيله رضايت شغلي و مشاركت در سهام “ يك نمونة استراتژي مناسب، مي‌باشد. | **استراتژی ها** |
| براي اينكه از عهدة اهدافتان برآييد، بايد كارهاي‌تان را خوب و جدا جدا به شكل دستورالعمل زمان­بندی شده بنويسيد. اين طوري پي مي بريد كه هر كدام از كارها چه تأثيري روي امورمالي و عملياتي دارند و چطور مي‌خواهيد نتيجة كارتان را ارزيابي كنيد. در برنامه‌ريزي، هميشه زمان­بندي و جدول هزينه‌هاي هر پروژه را بايد از قبل آماده كرد. پس برنامه‌هاي‌تان را به دقت بنويسيد و هنگام اجراي آنها، به محدوديت بودجه و زمان‌بندي نيز توجه كنيد. | **برنامه ها** |

|  |  |
| --- | --- |
| **نام کسب و کار:** | |
|  | **چشم انداز** |
|  | **مأموريت** |
|  | **اهداف** |
|  | **استراتژی ها** |
|  | **برنامه ها** |