

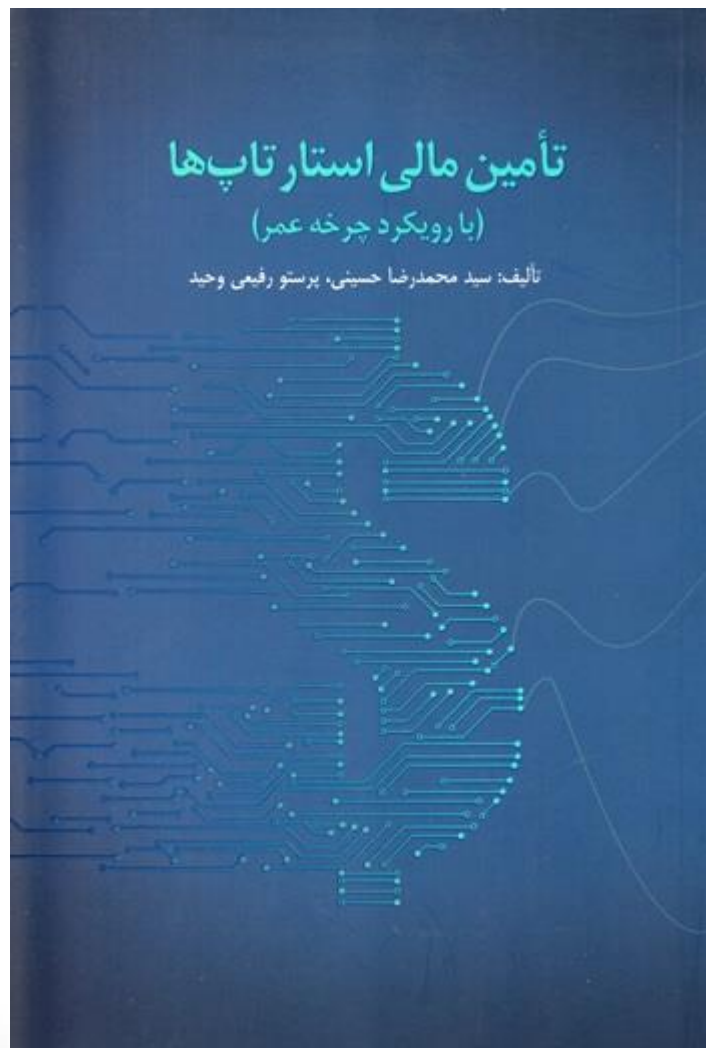
به نام خداوند جان و خرد

روش های تامین مالی
رویکرد استارتاپی



نوید فلاح

روش های تامین مالی – رویکرد استارتاپی



کتاب پیشنهادی برای علاقه مندان



یکی از مهمترین مراحل و شاید بزرگترین چالش برای راه اندازی استارت آپ، پیدا کردن یک سرمایه گذار برای پروژه است که بتواند ریسک سرمایه گذاری به روی یک ایده نو را بپذیرد.

منظور از تامین مالی استارتاپ ها، تامین هزینه های لازم برای فعالیت استارتاپ است. به طور کلی استارتاپ ها در دو حالت نیاز به منابع مالی پیدا می کنند؛

حالت اول در آغاز فعالیت شان است که در این زمان نیاز به تامین سرمایه اولیه دارند

حالت دوم نیز مربوط به زمانی است که یک استارتاپ تصمیم به توسعه فعالیت های خود می گیرد. در این حالت اصطلاحاً گفته می شود استارتاپ به افزایش سرمایه یا تزریق سرمایه نیاز دارد.

هم اکنون برای تامین مالی استارتاپ ها روش های متعددی وجود دارد؛ اما به طور کلی می توان به چند راه اصلی اشاره کرد:



- سرمایه گذاران شخصی
- سرمایه گذاران شراکتی
- سرمایه گذاران داوطلبانه
- سرمایه گذاران فرشته
- سرمایه گذاران خطرپذیر
- پیوستن به یک مرکز رشد یا شتابدهنده استارتاپ
- در اختیار قراردادن بخشی از سهام یا خدمات در ازای کمک به استارتاپ
- کمک از بانکها

سرمایه گذاران شخصی

□ پس اندازه‌های شخصی: اولین جایی که کارآفرینان باید دنبال منابع مالی اولیه باشند جیب خود آنهاست. این منبع **ارزانترین منبع موجود** به حساب می‌آید. کارآفرینان به مزایای خودکفایی پی برده‌اند. رایج‌ترین منبع سرمایه مالکانه شرکت‌های کوچک، مجموعه پس‌اندازهای شخصی کارآفرین است.

□ **دوستان اعضای خانواده:** اگر چه بسیاری از کارآفرینان در وهله اول برای تأمین مالی شرکت چشم به حساب بانکی خود می‌دوزند، تعداد کمی از آنها دارای منابع کافی برای راه‌اندازی کسب و کار خود هستند. پس از تکاندن تمام جیب‌ها، کارآفرینان برای تأمین سرمایه باید به کجا مراجعه کنند؟ دومین مکانی که بسیاری از کارآفرینان دنبال آن می‌روند دوستان و اعضای خانواده هستند که ممکن است مایل به سرمایه‌گذاری در شرکت باشند.

سرمایه گذاران شراکتی و داوطلبانه

- **سرمایه گذاران شراکتی:** سرمایه گذاران شراکتی در سود و زیان کسب و کارهای کوچک شریک می شوند. این افراد در همان ابتدای کار یک قرارداد مالی با شخص کارآفرین منعقد می کنند و در این قرارداد به آنها متذکر می شوند که در ازای حمایت مالی و سرمایه گذاری، به طور کامل یا به صورت درصدی در سود و زیان شرکت دخیل می شوند.
- **سرمایه گذاران داوطلبانه:** سرمایه گذاران داوطلبانه برای پروژه های سنگین و پروژه هایی که نیاز به هزینه بالا دارند ایده آل هستند و معمولاً می توانند تا حدود ۱۰ میلیون دلار در یک پروژه سرمایه گذاری کند. این افراد برای کسانی که پروژه های آزمایشگاهی را دنبال می کنند و به دستگاه های پیشرفته در جریان فعالیت خود نیاز دارند، ایده آل هستند و به آنها کمک می کنند که مراحل مختلف پروژه را با استفاده از سرمایه مالی و اعتبار اجتماعی سرمایه گذار انجام دهند. نحوه دخالت این سرمایه گذاران در سود و زیان استارتاپ به صورت توافقی انجام می گیرد و معمولاً ترجیح می دهند که درصدی از هزینه پروژه را قبول کنند.

سرمایه گذاران فرشته - خطر پذیر

❑ **فرشتگان کسب و کار:** کارآفرینان و **افراد ثروتمندی** هستند که بخشی از ثروت خود را بر روی کسب و کارهای نوپا سرمایه گذاری می کنند و در ازای آن مالکیت در سهام شرکت را طلب می کنند.

❑ **سرمایه گذاران مخاطره جوی:** **شرکت های سرمایه گذاری پول و تجارب مدیریتی** را در اختیار شرکت های در حال رشد قرار می دهند و آن ها هم این امکانات را برای تبلیغات، پژوهش، ایجاد زیرساخت و تولید محصول استفاده می کنند. مزیت نامشهود ولی بسیار مهم دیگری که به واسطه سرمایه گذاری از سوی یک شرکت بزرگتر نصیب یک شرکت کوچک می شود، اعتبار است هنگامی که شرکت مناسب به عنوان یک شریک استراتژیک در کنار شما باشد، درهایی که زمانی به روی شرکت کوچک بسته بود به صورت معجزه آسایی باز می شود.



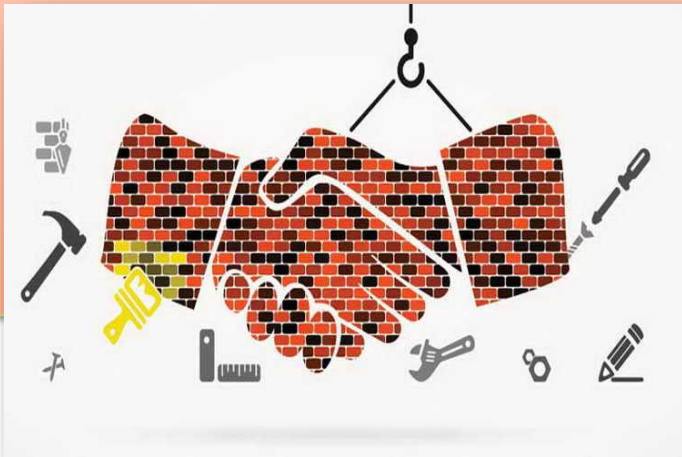
شتابدهنده - اعطای سهام

- پیوستن به یک مرکز رشد یا شتابدهنده استارت‌آپ: این روزها موسسه های بسیار زیادی شهرت یافته اند و معمولا با دانشگاه‌های مشهور، سازمان های توسعه دهنده جوامع یا حتی شرکت های بزرگ در ارتباط هستند. بیشتر آنها منابعی مانند فضای کاری، مشاوره و حتی سرمایه اولیه را به استارت‌آپ ها اختصاص می دهند.
- در اختیار قراردادن بخشی از سهام یا خدمات در ازای کمک به استارت‌آپ: این یک معامله پایاپای است که شما مهارت یا چیزهایی که دارید را با چیزهایی که نیاز دارید معامله می کنید. برای مثال توافق در مورد فضای کاری به ازای پشتیبانی از کامپیوترهای اجاره دهنده در سایر فضاهای اداری یا معامله سهام در ازای حمایت های قانونی و حسابداری.

دیگر روش ها ...

❑ **شرکاء:** کارآفرینان می توانند برای توسعه پایه سرمایه شرکت روی **شرکاء** حساب کنند. با این وجود، قبل از انعقاد **یک توافقنامه شراکت**، کارآفرینان باید تأثیر فداکردن بخشی از کنترل شخصی خود نسبت به عملیات شرکت و اشتراک در سود با دیگران را مدنظر قرار دهند. هرگاه کارآفرینان سهم خود را در شرکت واگذار می کنند (صرفنظر از سازوکار مربوطه) خطر از دست دادن کنترل خود نسبت به آن را افزایش می دهند. همانگونه که مالکیت مؤسسان در شرکت کم رنگ تر می شود، احتمال از دست رفتن کنترل بر مسیر آینده آن افزایشی می یابد و اختیار کل فرآیند تصمیم گیری به میزان بیشتری از دست آنها خارج خواهد شد.

❑ **اعتبار تجاری:** در این روش، فروشندگان و تامین کنندگان، خرید مواد اولیه شرکت را طی زمانی معین با نرخ بهره مشخص تأمین مالی می کنند.



دیگر روش ها ...

□ **اجاره و لیزینگ:** در واقع لیزینگ یک رشته فعالیت اعتباری کاملاً تخصصی مبتنی بر روش اجاره است که در آن نوعی توافق میان دو نفر یا بیشتر - اعم از اشخاص حقیقی یا حقوقی - به منظور بهره برداری از عین یا منفعت کالای سرمایه ای یا مصرفی با دوام که از قابلیت اجاره برخوردار باشد منعقد می شود. براساس قرارداد لیزینگ، موجر کالای مورد نظر و نیاز مستأجر را با استفاده از منابع مالی خود از فروشند یا تولیدکننده تأمین نموده و مورد اجاره را برای مدت تعیین شده در قرارداد به صورت اجاره در اختیار مستأجر قرار می دهد.

□ **بانک ها:** بانک های تجاری وام های متعدد و متنوعی به کسب و کارهای کوچک ارائه می کنند. مالکان کسب و کارها، بانک ها را به عنوان اولین قرض دهندگان مدنظر قرار می دهند. بانک ها غالباً در فعالیت های اعطای وام خود محافظه کارانه عمل می کنند و ترجیح می دهند تا در هنگام تخصیص وام های خود به کسب و کارهای کوچک، آنها را به شرکت های در حال فعالیت اعطا کنند.

تامین مالی جمعی (Crowd Funding) - نوین ترین روش موجود

فرآیند تامین بودجه یک پروژه یا پروژه با جمع آوری مبالغ اندک از تعداد زیادی از افراد است. کراودفاندینگ برای استارتاپ ها یک روش معمول جذب سرمایه بوده و اغلب توسط مخترعان، کارآفرینان، موسیقیدانان، فیلمسازان، هنرمندان و موسسات خیریه نیز از این روش استفاده می کنند.

این روش از سال ۱۹۹۷ و با ابتکار گروه راک انگلیسی Marillion آغاز شد. این گروه که سرمایه کافی برای انجام تور امریکای خود را در اختیار نداشت با کمک طرفداران خود شصت هزار دلار جمع آوری کرد و همین کار، به نمونه ای موفق برای شرکت ها تبدیل شد.



تامین مالی جمعی (Crowd Funding) - نوین ترین روش موجود

اکثر این کمپین‌ها از طریق پلتفرم‌های اینترنتی انجام شده و در یک بازه زمانی تعیین شده برای انجام یک هدف خاص به جمع آوری پول می‌پردازند. وبسایت‌های خاصی همچون kiva و kicksarter به طور خاص برای این راه سرمایه گذاری به راه افتاده‌اند. این وبسایت‌ها سعی می‌کنند با استفاده از روش‌های بازاریابی مانند روابط عمومی، تبلیغات پرداخت به ازای هر کلیک و بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی کاربر را به سوی این صفحه‌ها هدایت کنند.

انواع تامین مالی جمعی

چهار روش وجود دارد که هر کدام، اهداکنندگان متفاوتی را هدف قرار می‌دهند:

کمک مالی: تامین مالی جمعی مبتنی بر کمک مالی حالتی است که در آن، افراد در ازای مبلغی که به یک کمپین، شرکت یا فرد پرداخت می‌کنند، هیچ چشم‌داشتی ندارند. فرض کنید برای خرید تجهیزات جدید برای شرکت خود یک کمپین راه انداخته‌اید. افرادی که به شما پول می‌دهند این کار را صرفاً با هدف حمایت از رشد تجارت شما انجام می‌دهند و انتظاری از شما ندارند.

بدهی: کمک‌های مبتنی بر بدهی، وام‌های هم‌تا به هم‌تا (P2P) هستند که نوعی کراودفاندینگ به حساب می‌آیند. در کمک‌های مالی مبتنی بر بدهی، وام توسط بانک تامین شده و باید در یک زمان مشخص با بهره بازپرداخت شود.

در ادامه ...

پاداش: زمانی است که اهدا کنندگان در ازای کمک‌های خود چیزی دریافت می‌کنند. پاداش‌ها به نسبت کمک‌های مالی متفاوت است تا مشارکت بیشتر را تشویق کند. بر اساس مبلغی که شرکت کنندگان به یک کمپین می‌دهند، ممکن است یک تی‌شرت، محصول یا خدمات – غالباً با نرخ تخفیف دریافت کنند.

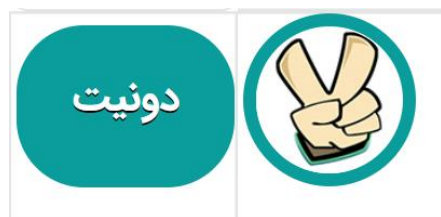
حقوق صاحبان سهام: برخی از کمپین‌های کراودفاندینگ به پشتیبانان اجازه نمی‌دهند مالکیت بخشی از شرکت مورد حمایت خود را داشته باشند؛ اما کراودفاندینگ مبتنی بر حقوق صاحبان سهام، به کسب و کارهای کوچک و استارت‌آپ‌ها این امکان را می‌دهد تا در ازای تامین بودجه، بخشی از سهام آن کسب و کار را در اختیار داشته باشند. این کمک‌ها نوعی سرمایه‌گذاری است که در آن شرکت کنندگان بر اساس میزان سرمایه‌ای که به میان می‌گذارند، سهمی را دریافت می‌کنند.

پلتفرم های تامین مالی جمعی

KICKSTARTER

gofundme

INDIEGOGO.



و چندین پلتفرم دیگر ایرانی و خارجی

توصیه

بهترین روش استفاده از سرمایه گذاران شخصی می باشد.

استفاده از منابع بانک ها و وام توصیه نمی شود
چون آنها فارغ از سود و زیان استارتاپ شما
در مهلت مقرر سرمایه و بهره خود را طلب خواهند کرد

برای جذب سرمایه چه کنیم؟

جذب مناسب و هوشمندانه سرمایه، می‌تواند ضامن موفقیت یک استارت‌آپ باشد. در این مرحله رقابت شرکت‌های نوپا به اوج خود می‌رسد. در این میان شرکت‌هایی موفق هستند که پیش از مراجعه به سرمایه‌گذار، خود را آماده می‌کنند تا بتوانند از فرصت ایجادشده برای ملاقات با آنها حداکثر بهره‌برداری را داشته باشند.

اطلاعات مالی مناسب

سبک تفکر سرمایه‌گذاران با کارآفرینان و متخصصان فنی متفاوت است.

بهتر است استارت‌آپ‌ها پیش از مراجعه به سرمایه‌گذار، مطالعه‌ای در مورد اطلاعات مورد پسند آن‌ها داشته باشند. در تعریف کلی، باید بتوانیم اطلاعاتی در جلسه معرفی شرکت ارائه کنیم که برای آن‌ها قابل درک و جذاب باشد. شرح وضعیت کنونی استارت‌آپ و همچنین برنامه‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت برای آینده، از اطلاعاتی هستند که سرمایه‌گذار به آن‌ها توجه خواهد کرد. آن‌ها باید بدانند شما تا پیش از جذب سرمایه چقدر رشد کرده‌اید و برنامه شما برای مراحل پس از جذب چیست.

درک کافی از نیاز مالی استارت‌آپ

اگر کارآفرین و تیمش ندانند به چه دلیلی به سرمایه نیاز دارند، قطعا در رقابت برای جذب سرمایه‌گذار

شکست خواهند خورد.

هر عددی که مد نظر آنها است، باید با برنامه‌ریزی دقیق و دلیل و منطق کشف شده باشد. به‌عنوان موسس باید بدانید چرا و به چه مقدار به سرمایه نیاز دارید. سرمایه‌گذاران این سوال را دارند چه برنامه‌ای برای پول‌های آنها دارید. اگر تصمیم‌گیری در این مرحله مشکل دارید، از مشاور یا تیم مشاوره کمک بگیرید. اینکه قبل از جلسه از مقدار دقیق سرمایه مورد نیاز اطلاع داشته باشید، برگ برنده شما خواهد بود.

کشف سرمایه‌گذار مناسب

پیدا کردن سرمایه‌گذاران بالقوه مناسب، قدم نهایی برای جذب سرمایه‌گذار است.

در دنیای کنونی انواع سرمایه‌گذاران با انواع اهداف و سبک سرمایه‌گذاری ظهور کرده‌اند. کارآفرینان هوشمند پیش از مراجعه به هر یک از آن‌ها مطالعه‌ای در مورد اهداف و روش سرمایه‌گذاری این افراد انجام می‌دهند و زمان خود را روی شرکت‌هایی با اهداف متفاوت هدر نمی‌دهند. در این مرحله، افراد حاضر در شبکه شما می‌توانند نقش بازوی قدرتمندی را بازی کنند. آن‌ها می‌توانند تیم شما را به سرمایه‌گذاران مناسب معرفی کنند و حتی به روند جذب سرعت ببخشند. در نهایت این نوع از جذب سرمایه، اعتماد میان اعضای درگیر را تا حدودی تضمین می‌کند.

اجزاء تشکیل دهنده

سرمایه‌گذاران خطرپذیر (وی‌سی) یک تیم حرفه‌ای و منسجم را به کارآفرین تنها ترجیح می‌دهند. آن‌ها باید مطمئن شوند که در صورت رفتن مدیرعامل کنونی یا موسس، تیم می‌تواند با قدرت به مسیر خود ادامه دهد و روند رشد کسب و کار متوقف نخواهد شد. از اجزاء مهم دیگر از نظر سرمایه‌گذاران، می‌توان به طرح کسب و کار، فرصت بازار، نتایج تحقیقات بازار و چگونگی حل مشکلات توسط راه حل استارت‌آپ اشاره کرد. به طور کلی موسس استارت‌آپ و تیم مذاکره کننده باید بتوانند مسیر صحیح رسیدن شرکت به موفقیت و درآمد را به‌روشنی بیان کنند.

چطوری سرمایه گذار پیدا کنیم؟

احتمالا این سوال برای شما به وجود آمده است که:

چگونه می توانید یک سرمایه گذار مناسب پیدا کنید؟

آیا می توانید به هر کسی با هر حجم سرمایه مالی اعتماد کنید؟

هرچند ممکن است برخی از نهادها مانند بانکها یا حتی پارک علم و فناوری که دولتی هستند از سطح

اطمینان بالاتری برخوردار باشد و اعتماد کردن به آنها آسان تر باشد اما راهکارهای زیر می تواند برای پیدا

کردن سرمایه گذار مناسب به شما کمک کند:

گزینه‌های سرمایه‌گذاری خود را بشناسید

وقتی که برنامه اصلی شما راه‌اندازی یک استارت‌آپ بر اساس یک ایده خام است، طبیعتاً شما نمی‌توانید به هر نوع سرمایه‌گذاری و با هر حجم مالی اعتماد کنید. پس اولین کاری که باید انجام دهید این است که مشخص کنید سرمایه مالی شما از چه مسیری تامین شود.

یک لیست از سرمایه‌گذاران تهیه کنید

یک جدول طراحی کنید و در این جدول ۵ گروه سرمایه‌گذار را مشخص کنید و تعیین کنید که هر کدام از آنها در نهایت چه نقشی در پروژه شما خواهد داشت. اگر بتوانید این مرحله را به درستی و با تصمیم‌گیری مناسب انجام دهید، یعنی به طور دقیق آنها را دسته‌بندی کرده‌اید و می‌توانید گام بعدی خود را با اطمینان بیشتری بردارید.

جلسه مصاحبه بگذارید و با سرمایه‌گذاران صحبت کنید

یکی از مهمترین ابزارهایی که یک کار آفرین در مسیر راه اندازی استارت‌آپ باید داشته باشد، توانایی در مذاکره و مصاحبه است. شما باید با تمامی سرمایه‌گذاران نوشته شده در فهرست خود مذاکره کنید و از آنها وقت برای مصاحبه بگیرید. با توجه به اولویت خود، به نوبت به سراغ این افراد بروید و با آنها در مورد پروژه خود و نتیجه آن صحبت کنید. سعی کنید که هدف اصلی خود را شرح دهید و به طور واضح و شفاف از آنها بخواهید که هدف خود را در مورد این سرمایه‌گذاری به شما اعلام کنند. حضور در این مصاحبه هنر شما را نشان می‌دهد و حتی ممکن است ایده‌ها و طرز فکر برخی از سرمایه‌گذاران باعث شود که روش اولیه خود را کنار بگذارید و به سراغ یک صفحه جدید بروید.

توافقات خود را قانونی کنید

شما احتمالا در طول مسیر خود با افراد زیادی مواجه خواهید شد که همه آنها شما را به سمت جلو سوق می‌دهند و احتمالا قول‌های متعددی در مورد مساعدت مالی و امکانات دریافت می‌کنید اما مطمئن باشید که در مراحل سخت و پیچیده کار، بیشتر این افراد حرف خود را پس گرفته و حتی نمی‌توانید آنها را پیدا کنید.

در مورد سرمایه‌گذاری برای راه‌اندازی استارت‌آپ این موضوع بسیار خطرناک‌تر بوده و حتی ممکن است به شکست پروژه شما بیانجامد. پس اگر با یک سرمایه‌گذار صحبت می‌کنید و با آنها به توافق می‌رسید، حتما تمامی توافقات خود را به صورت مکتوب و در قالب یک قرارداد بیاورید و از آنها بخواهید که به قرارداد خود تا انتهای کار پایبند باشند.

تولید انبوه را شروع کنید

در این مرحله تجارت شما کم کم مفهوم استارتاپ به خود می گیرد و تقریباً می توانیم آن را به عنوان یک شرکت نوپا معرفی کنیم. طبیعتاً در مراحل قبل بررسی هایی در مورد نمونه های اولیه و پایه صورت گرفته است و با توجه به بازخوردهای دریافتی، تغییراتی در محصولات یا در خدمات به وجود آمده است. همچنین حضور سرمایه گذار باعث می شود که اعضای تیم با روحیه بهتری وارد فرآیند تولید شوند و باید مقدمات لازم برای تولید انبوه فراهم شود. البته، تولید انبوه باید در چند فاز صورت گیرد تا روند کنترل هزینه و درآمد به شکل مناسبی انجام گیرد.

تبلیغات و بازاریابی را فراموش نکنید

آخرین مرحله‌ای که روند رو به رشد استارت‌آپ را به قله می‌رساند، مرحله تبلیغات و بازاریابی است.

تبلیغات و بازاریابی یعنی آگاهی مردم و مشتریان نسبت به یک برند.

محصول یک استارت‌آپ تا زمانی که فرایند تبلیغات و بازاریابی به روی آن انجام نگیرد، نمی‌تواند در بازار با سایر رقبا بجنگد. از طرفی دیگر مشتریان نیز تمایل چندانی به استفاده از چنین محصولاتی ندارند. پس در این مرحله، یک تیم استارت‌آپی باید به سراغ یک شخص بازاریاب بروند و از آنها بخواهند که محصول تیم را تبلیغ کنند. راهکارهای مختلفی برای تبلیغات وجود دارد که برخی از آنها به صورت تبلیغات اینترنتی و برخی نیز به صورت تبلیغات محیطی هستند که با توجه به دسترسی گروه، ممکن است یک یا چند مورد از آنها انتخاب شود.

سند مورد نیاز برای ارایه به سرمایه گذار

طرح کسب و کار Business Plan

طرح کسب و کار

طرح کسب و کار **سند مکتوبی** است که روش اجرای یک فعالیت تجاری را در یک دوره زمانی مشخص بیان می کند و شامل **کلیه فعالیت هایی** است که برای راه اندازی کسب و کار جدید لازم است.



اجزای استاندارد طرح کسب و کار

- ☐ خلاصه طرح کسب و کار
- ☐ معرفی شرکت
- ☐ خدمات و محصولات
- ☐ بازار هدف
- ☐ برنامه فروش و بازاریابی
- ☐ تیم مدیریت
- ☐ برنامه مالی
- ☐ ضمیمه

خلاصه طرح کسب و کار

خلاصه اجرایی کسب و کار چرایی و چگونگی راه اندازی کسب و کار را نشان می دهد.

اولین پاراگراف خلاصه اجرایی، **نام، محل و محصول کسب و کار شما و هدف برنامه** را معرفی می کند.
در پاراگراف بعدی بایستی نکات مهمی مانند **سود پیش بینی شده، سوددهی، عناصر اصلی موفقیت مطرح گردد.** در اینجا بهتر است نموداری ترسیم گردد که فروش، درآمد ناخالص و سود(قبل از بهره و مالیات) را برای سه سال آینده نشان دهد.

معرفی کسب و کار

معرفی کسب و کار، یکی از اجزای مهم طرح کسب و کار است و به بیان خلاصه هر یک از ابعاد کسب و کار می پردازد.

معرفی کسب و کار باید شامل موارد زیر باشد:

- ❑ **تاریخچه کسب و کار:** داستان ایجاد کسب و کار و اینکه چه کسی به دنبال ایجاد آن است.
- ❑ **تیم مدیریت:** بیان جزئیاتی در مورد این که چه افرادی در شرکت نقش کلیدی دارند.
- ❑ **ساختار حقوقی و مالکیت:** نحوه سازماندهی کسب و کار و میزان مالکیت افراد را بیان می کند.
- ❑ **تسهیلات و مکان:** اطلاعاتی در مورد فضای کاری و برنامه به دست آوردن تسهیلات مطرح می گردد.
- ❑ **بیانیه مأموریت:** مأموریت یک کسب و کار، **فلسفه وجود و چرایی** فعالیت آن است. هر کسب و کاری در پاسخ به یک سری از نیازها ایجاد می شود و هدف آن رفع آن نیاز می باشد بنابراین قبل از هر اقدامی باید مشخص شود چه نیازهایی منجر به تشکیل کسب و کار گردیده است.

محصولات و خدمات

در این بخش اطلاعات کاملی از:

□ نوع خدمات یا محصولات، مزایای آنها از دید مشتریان

□ فرآیند تولید محصول یا ارائه خدمت، مزیت های آنها نسبت به محصولات یا خدمات مشابه موجود و برنامه احتمالی توسعه و ارتقاء خدمات و محصولات ارائه می گردد.



بازار هدف

ما به دنبال ارائه خدمات به **همه افراد** نیستیم. بنابراین بایستی به تقسیم بندی بازار و تعیین بازار هدف پردازیم.

اما در مورد تعیین بازار هدف دو نکته کلیدی را بایستی مدنظر قرار دهیم:

- بخش بندی بازار را به صورت خلاق انجام دهیم؛
- هویت اصلی خود را در نظر بگیریم؛



برنامه بازاریابی

بازاریابی موتور محرک یک کسب و کار است و برنامه بازاریابی نقشه راه می باشد. صرف نظر از اندازه، کسب و کار نیاز به برنامه بازاریابی دارد. برنامه بازاریابی به این پرسش کلیدی پاسخ دهد:

□ شما قصد دارید چه نیازی را مرتفع سازید؟

□ در این راه از چه روش هایی برای رساندن محصول یا خدمت خود به کسانی که به آن نیاز دارند استفاده خواهید کرد؟

برخی از کسب و کارها این برنامه را برون سپاری می کنند و برخی دیگر خود به طراحی برنامه بازاریابی می پردازند.

تیم مدیریتی

- ❑ در این بخش اطلاعات مربوط به: ساختار، نوع مالکیت، مدیریت و ویژگی های تصمیم گیرندگان شرکت ارائه می شود.
- ❑ باید یک **چارت سازمانی** مشخصی برای شرکت تعیین گردد که در آن **جایگاه و وظایف** هر فرد مشخص باشد. همچنین نوع شرکت، مشخصات و میزان **سهم مؤسسان** باید به طور دقیق آورده شود.
- ❑ اگر کسب و کار **هیأت مدیره** ای دارد، ویژگی های دقیق آنها از جمله نام، موقعیت آنها در هیأت مدیره، سابقه و تخصص ها، وظایف آنها و سهم آنها در موفقیت شرکت در این بخش توضیح داده می شود.



تیم مدیریتی

در این بخش به معرفی اعضای تیم مدیریتی شامل افراد زیر می پردازیم:

❑ اعضای مؤسس شرکت و سهام داران اصلی

❑ اعضای هیأت مدیره

❑ مدیرعامل

❑ مدیران ارشد

❑ مشاوران کلیدی



برنامه مالی

در مورد آنچه باید در برنامه مالی ذکر شود کارشناسان مالی نظرات متفاوتی دارند. اما در اینجا به برخی از شاخص های مالی که بایستی در برنامه مالی وجود داشته باشد اشاره شده است:

☐ وضعیت سود و زیان

☐ صورت جریان وجوه نقد

☐ ترازنامه

☐ پیش بینی فروش



ضمیمه

در این بخش همه مدارکی که برای سرمایه گذار طرح کسب و کار لازم است، باید ارائه شود. این مدارک بخش اصلی طرح کسب و کار نیستند بلکه تکمیل کننده آن بوده و مورد استفاده افراد خاصی (نه همه) است. مدارک موجود در ضمائم معمولاً شامل موارد زیر است :

- سوابق (فردی و شرکتی)
- رزومه افراد کلیدی و اصلی کسب و کار
- تصویر محصولات و جزئیات مطالعه بازار
- مجوزها و مدارک قانونی
- قراردادهای

راه اندازی کسب و کار

❑ تأمین منابع مالی

❑ بکارگیری نیروی انسانی

❑ اخذ مجوزهای لازم

❑ انتخاب مکان

❑ استقرار کسب و کار

با همه موانع شیرین تر از عسل هست برای کسی که به دنبال خلق ارزش باشد



موفق باشید