

Na co zwrócić uwagę, tworząc biznesplan innowacyjnej firmy?

Innowacyjna firma wykluwa się z idei, a pomaga jej dorosnąć dobrze opracowany biznesplan. Wnikliwa analiza rynku, segmentacja i typologia klientów umożliwiają dostosowanie działań do oczekiwań konsumentów. Dobry biznesplan jest również odpowiedzią na pytanie o opłacalność inwestycji. Stanowi dowód na właściwe rozplanowanie elementów logistycznych i finansowych.

Rozmowa z Edytą Pęcherz

Jak nasz biznesplan ma przekonać do inwestycji?

Najważniejsze jest zrozumienie celu opracowania. Nie piszemy biznesplanu, by pozyskać dotację, ale by rozwinąć działalność gospodarczą w oparciu o innowacyjne rozwiązania. Musimy mieć więc pewność, że te rozwiązania są rzeczywiście innowacyjne. Sami sobie musimy dowieść, że tak jest, że wyłożone nakłady finansowe to dobrze ulokowane pieniądze a powstająca, lub tworząca nowy dział, firma – za parę miesięcy nie splajtuje. Nie wystarczy poparte doświadczeniem rynkowym przecucie, że nam się powiedzie. Nigdy nie weszlibyśmy w „biznes” ze współnikiem, który ma przecucie. Od potencjalnego partnera oczekujemy potwierdzenia, obiektywnie weryfikowalnych danych, zaświadczeń, certyfikatów itp. Proszę sobie wyobrazić, że takim potencjalnym partnerem jest Unia Europejska i do „rozmowy” z nią musimy się solidnie przygotować, by zechciała uwierzyć w nasz „biznes”. Uwierzyć, że proponowane rozwiązania są rzeczywiście innowacyjne, a jednocześnie oczekiwane na rynku.





Na co zwrócić uwagę w kwestii wydatków marketingowych podczas rozpisywania naszego planu?

Przede wszystkim należy pomyśleć do kogo kierowana będzie nasza przyszła oferta, kto kupi nowo wprowadzone produkty/usługi, a raczej kto kupować powinien. To podstawa wszystkich działań marketingowych, warunkująca sens wejścia na rynek i oczywiście sukces. Od tego zależy wszystko: od środków komunikacji, po częstotliwość i jakość oferty. Jeśli nie stać nas na profesjonalne badania marketingowe, to musimy sami przeprowadzić wstępne analizy (segmentacja i typologia klientów), by dostosować swoje działania do konkretnych potencjalnych kupców. Z innych kanałów informacyjnych korzystają studenci, z innych budowlańcy, z innych gospodynie domowe – i nie chodzi o walkę ze stereotypowym myśleniem, tylko o rzeczywiste dotarcie do odbiorców.



Co jest najważniejsze w dobrym biznesplanie?

Wyliczenia! Oczywiście z nich właśnie w ostatecznym rozrachunku musi koniecznie wynikać, że inwestycja jest opłacalna. Cóż z tego bowiem, że mamy świetny pomysł, jeśli niezbędne do jego realizacji nakłady przewyższą możliwość zarobienia. Cóż z tego, że jesteśmy doskonałym, wysokiej klasy specjalistą, jeśli nie możemy samodzielnie wyprodukować odpowiedniej ilości produktu, udzielić odpowiedniej ilości usług, by inwestycja zwróciła się nam po kilku latach. W dobrym biznesplanie czarno na białym widać, że to nie tylko świetny pomysł, ale przede wszystkim przemyślana finansowo, logistycznie i dobrze zaplanowana wyprawa.



Jakich błędów przede wszystkim powinniśmy się wystrzegać?

Przyszedł do nas kiedyś bardzo dobrze ubrany klient, usiadł za stołem szeroko, jak na rozmowie przy barze i rzecze: „Mam dużo pieniędzy – co Pani na to?” Odpowiedziałam: „Gratuluje, powodzenia!”. „Ale ja mam jeszcze dużo ziemi – co Pani na to?” – „Nie widzę mojej roli w Pana interesie” – odparłam. „A ja przyszedłem właśnie, żeby mi Pani wymyśliła jakiś interes, żebym mógł pozyskać dotację”. Biznesplan układa się dopiero wtedy, gdy mamy już starannie przemyślany pomysł., nie ma sensu zabierać się za tworzenie go jeśli nie posiada się pomysłu na biznes.





Co zrobić, gdy nie ma się pojęcia o finansach?

Nawet jeśli ma się to pojęcie, ale nie na ekonomicznym poziomie, to z całą odpowiedzialnością i poparciem wieloletniego doświadczenia mówię: zatrudnić specjalistę! I to absolutnie nie księgową, lecz analityka finansowego.



Jak wyglądają oczekiwania przedsiębiorcy na tle rzeczywistości w przyznawaniu dotacji unijnych?

Przedsiębiorcy często liczą na zaliczki z unijnych dotacji i sądzą, że dzięki nim uda się zrealizować projekt, tymczasem rzeczywistość wygląda trochę inaczej. Wypłaty zaliczek uwarunkowane są przeprowadzonymi kontrolami i poprawnością złożonej dokumentacji, której weryfikacja nierzadko przeciąga się miesiącami. A i same procedury wypłaty trwają dość długo. Tłumaczenie przedsiębiorców, że mają opóźnienia z powodu braku zaliczki nie jest uznawane, ponieważ w każdej umowie o dofinansowaniu widnieje deklaracja zapewnienia środków na realizację projektu przez Wnioskodawcę.

Rozmowa z Jarosławem Szostakiem



Jakie działania powinniśmy przeprowadzić, rozpoczynając pracę nad biznes planem?

Rozpoczynając pracę nad biznes planem należy spróbować tworzyć dokument, który będzie przekonujący dla jego czytelnika - inwestora lub analityka kredytowego. Tutaj ważne jest samo podejście do pomysłu który próbujemy sprzedać. Należy go tak przedstawić, żeby czytelnik był przekonany, że przedstawiony pomysł ma rzeczywiste szanse na przyniesienie zysku. W tym celu konieczne jest przeprowadzenie przynajmniej dwóch działań:

- analiza rynku
- planowanie sprzedaży (z użyciem dostępnych narzędzi marketingowych)



Analiza rynku ma przekonać inwestora, że zaoferowany produkt, jest rzeczywiście tym, czego poszukują klienci, że rozwiąże jakieś ich problemy, czy pozwoli na zmniejszenie kosztów. Dobrze, jeśli ta część biznes planu opiera się na niezależnych źródłach, które potwierdzają obserwację i założenia przedsiębiorcy. Obowiązuje tu zasada: czym dokładniejsze i rzetelnniejsze dane, tym analiza i wnioski z niej wypływające bardziej wiarygodne. Np. stwierdzenie, że "potencjalni klienci zaoszczędzą dużo czasu na wykonanie określonej czynności dzięki zastosowaniu innowacji" jest zdecydowanie mniej przekonujące od stwierdzenia "potencjalni klienci spędzają codziennie około 3 godzin na wykonanie określonej czynności, a zastosowanie innowacji pozwoli ograniczyć ten czas o 30%."



Jakie zabiegi marketingowe najlepiej sprawdzają się w wypadku ograniczonego budżetu?

Niewielkim kosztem odznaczają się marketing szeptany czy społecznościowy. Zastosowanie konkretnego rodzaju marketingu uzależnione jest od rodzaju produktu lub usługi i od typu klientów, do których reklama ma dotrzeć. Aby reklama była skuteczna, warto poświęcić duże energii na wykreowanie ciekawego przekazu, który pozwoli odróżnić się od konkurencji. W przekazie reklamowym należy pokazywać konkretne korzyści, jakie odniesie klient z zakupu produktu lub usługi. Jest to ważne również w przypadku innowacyjnych technologii. Klient masowy oczekuje od nowych produktów konkretnych cech, dzięki którym używanie produktu lub korzystanie z usługi stanie się łatwiejsze, tańsze czy szybsze. Nie chodzi więc o przedstawienie twardych danych, ale o wywołanie w kliencie poczucia, że nowy produkt pozwoli mu na zaspokojenie jego potrzeb.



Na czym należy koncentrować się w biznes planie?

Biznes plan, zgodnie z nazwą, musi pokazywać, w jaki sposób na innowacyjnym pomysłe można zrobić biznes. Czy w jaki sposób i z jaką pewnością można zaplanować, że innowacyjny pomysł da radę zamienić się w zyski. W biznes planie należy koncentrować się na meritum, zawarte informacje mają w sposób oczywisty łączyć się z planowanym biznesem. Biznes plan musi być najkrótszy jak to tylko możliwe. Inwestor nie będzie czytał opracowania mającego 100 stron. Standardem jest biznes plan na ok. 20-30 stron A4.

W opracowaniu należy unikać fachowej terminologii, żargonu. Biznes plan musi być zrozumiały dla laika, potencjalny inwestor najprawdopodobniej nie będzie miał fachowej wiedzy z branży w której ma działać innowacyjna firma.





Czy można na kims się wzorować?

Polecam bezpłatny podręcznik, dostępny w internecie, który został opracowany przez firmę konsultingową McKinsey, pt. Sukcesplan (przesyłam w załączeniu). To chyba najlepiej opracowany w Polsce, praktyczny przewodnik dla przedsiębiorców zaczynających biznes i tworzących biznes plan.

O autorach:

Edyta Pęcherz – od 2004r. współwłaściciel firmy Centrum Funduszy Europejskich z siedzibą w Krakowie, doradca ds. funduszy europejskich i trener biznesu, członek kilku stowarzyszeń, m.in. „Centrum Badań Interdyscyplinarnych” i „Medycyna Polska”, zainteresowania szczegółowe: innowacje technologiczne, informatyzacja i klastry.

Jarosław Szostak – jest właścicielem działającej od 7 lat firmy profitPLAN.pl. Wcześniej pracował na stanowiskach menedżerskich w Banku AIG Polska S.A. oraz oddziałach partnerskich Banku BPH S.A. Ukończył finanse i bankowość na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie. Zdobyte doświadczenie pozwoliło mu na stworzenie firmy, która może zaoferować klientom wiedzę przydatną w przygotowywaniu biznes planów.

Autorzy chętnie odpowiedzą na dodatkowe pytania pod adresem pytania.snp@gmail.com oraz na profilu na Facebooku.

Do 29.02.2012 trwa rekrutacja projektu „System Naczyń Połączonych – firma akademicka szansą rozwoju kariery naukowej”. Jest to projekt doradczy adresowany do studentów, doktorantów, naukowców i absolwentów zainteresowanych założeniem firmy spin off/out. Jeśli zainteresował Cię nasz artykuł, myślisz o własnym biznesie i przygotowaniu profesjonalnego biznes planu – zapraszamy do zapisów. W ramach projektu proponujemy bezpłatne kompleksowe szkolenia menadżerskie w bardzo szerokim zakresie oraz szanse na dotacje do 40.000 zł.

