Business Plan

BUSINESS PLAN

= Grundpfeiler eines erfolgreichen Unternehmens zeigt Potentiale & mögliche Stolperfallen auf & lässt professionell wirken

1. Brainstorming (mit wem willst du arbeiten? wie sieht Alltag aus? Wie viel willst du verdienen? Welche USP hast du?)

2. Inhalt: Konzept, Ziele, Finanzen, Wettbewerb, Marketingpläne, Zielgruppe, Finanzierung Für Vorstellung bei Banken oder Förderstellen wichtig, aufzuzeigen wann du welche Gewinne einfährst und davon leben kannst. Zur Finanzierungsplanung gehört: Rentabilitätsvorschau, Investitionsplan, Preis-, Umsatz- und Absatzplanung, eine Plan-GuV (Gewinn- und Verlustrechnung), Liquiditätsplanung, Kapitalbedarf und mögliche Finanzierungen



KONZEPT

- Ergebnisse aus Brainstorming fließen in dein Mission Statement und Vision Statement ein.
- Mission Statement: Zweck des Business, welche Probleme lösen
- Vision Statement: Wie du diese “Mission” umsetzen möchtest

ZIELE

1. Ziel definiert angestrebten Zustand in Zukunft
2. Ziele für das Unternehmen können in Unterschritten oder Milestones oder in große, kleine sowie lang- und kurzfristige Ziele unterteilt werden
3. Ziele im Goal Statement zusammenfassen (welche Ziele, welche Vorteile bringen sie dir, welche Einschränkungen bzw. Anforderungen und Risiken sind gegeben)
4. Ziele dann zeitlich festlegen: welche im ersten Gründungsjahr, welche im zweiten, etc.? Persönliche Ziele (z.B. Familiengründung) mit einbeziehen



WETTBEWERBER UND MARKTANALYSE

- Vor Gründung wichtig, um Doppelung mit Konkurrenz z.B. beim Namen zu vermeiden regional oder deutschlandweit?
- Wie sprechen sie Kunden an?
- Welche Farben werden verwendet?
- Wie heißen die Unternehmen?
- Wie sehen ihre Websites aus?
- Welche Social-Media-Kanäle bespielen sie und welche eher nicht?
- Schalten Sie Werbung? Wenn ja, wie und wo?

- Tabelle erstellen mit 5 stärksten Konkurrenten und deren Stärken & Schwächen in Dienstleistung, Webseite & Marketing

ÜBER DAS EIGENE BUSINESS

- Im Businessplan eignet sich “Geschäftsmodell”, um über dein Business zu schreiben
- Wer gehört zum Team? (jetzt, als Backup oder in Zukunft)
- Brauchst du regelmäßig Unterstützung von z.B. Handwerkern oder Steuerberater?
- Wenn alles selber: detaillierte Vorstellung von dir, Erfahrungen, Zertifikate und wieso du dafür geschaffen bist und welche Rollen du abdecken wirst

ZIELGRUPPE

- = A & O deines Erfolgs + Teil des Marketingplans
- Welche Kunden möchtest du ansprechen? (Alter, Familienstand, Bildung, Beruf, Einkommen, etc.)
- Erstelle dir eine “Buyer Persona” - dein imaginärer, perfekter Kunde
- Wie sieht sein / ihr Tagesablauf aus? Welche Ängste, Sorgen und Probleme hat deine Persona? Welche Position im Beruf? Welche Herausforderungen muss er / sie bewältigen?



Sinus Milieus hilfreich:

- Konservativ-Etablierte: Klassisches Establishment, verantwortungsvoll, Führungsanspruch, Standesbewusstsein, Wunsch nach Ordnung
- Liberal-Intellektuelle: Aufgeklärte Bildungsseite, kritische Weltsicht, liberale Grundhaltung, Wunsch nach Selbstbestimmung
- Performer: Leistungselite, globalökonomisches Denken, Konsum- und Stil Avantgarde, Technik- und IT-Affinität
- Expeditive: Kreative Avantgarde, jung, hip, nonkonformistisch, globale Mobilität, Elite der Zukunft
- Adaptiv-Pragmatische: Moderne junge Mitte, Nützlichkeitsdenken, Wunsch nach Spaß und Zugehörigkeit, Familie der Zukunft

PREISGESTALTUNG

- Welche Preise haben Wettbewerber? Daran orientieren & nicht zu weit abweichen auch abhängig von deiner Zielgruppe
- Welche Zahlungsoptionen möchtest du anbieten?
- Anzahlung oder nur Endrechnung?

Möglichkeiten:

- Überweisung (gängigste Methode - Kontodaten auf Rechnung)
- Paypal (Einloggen, Bezahlen per E-Mail-Adresse, Verifizierung für Zahlungen > 2.500€, zusätzliche Gebühren)
- Kreditkarte (eher für Online Shop)

PREISMODELLE

- Rabatt bei mehreren Buchungen?
- Feste Rate pro Raum
- Preisspannen nach Raumgrößen
- Stunden oder Tagessatz

STUNDENLOHN

- 50% Zeit beim Kunden, 50% Zeit im Home Office
- Bezahlung NUR für Kundenprojekt - muss also andere Zeit mit abdecken, um Wunschgehalt im Jahr zu erreichen
- Preise an Region, Lebenshaltungskosten & Erfahrung anpassen



PREISLISTE

- offizielle Preisliste hilfreich für Webseite und Kundengespräch
- alle Dienstleistungen mit klarem Preis & Umfang
- aber auch: Müllentsorgung, Reisezeit, Hotelunterkunft, Wochenendzuschläge, Überstunden, etc.
- Mindestzeit bei Buchung, eventuelle kostenlose Erstberatung = Transparenz & unnötige Diskussionen bei Rechnungsstellung vermeiden

GESCHÄFTSNAME

- kann eigenen Namen enthalten oder frei erfunden sein
- sollte: kurz, originell, einfach auszusprechen & gut zu merken sein

Methoden:

- Akronyme, neue Wortkombinationen ausdenken
- Mythologie oder Literatur
- eigenen Namen oder Spitznamen
- Fremdsprachen (Achtung: Bedeutung in anderen Sprachen) -> Namen gefunden?
- Schauen, ob er plattformübergreifend verfügbar ist (Domain, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Tik-Tok, Pinterest) & sichern









LOGO

- = Gesicht deines Unternehmens
- sollte einzigartig, wiedererkennbar & einfach zu verstehen sein
- Grafikdesigner zur Hilfe nehmen
- selber ausprobieren: z.B. mit “Canva”

STYLE GUIDE

- Um Wiedererkennung in gesamter Geschäftsausstattung zu gewährleisten
- Wie werden Schriftarten, Farben, Logo & Sprache auf unterschiedlichen Plattformen genutzt

- Papiersorte
- Papierformat
- Druckfarben
- Satzspiegel
- Schriftarten und Schriftgrade
- Zeilenabstand
- Art der Gliederung
- Bildsprache
- Verwendung von Gestaltungselementen

WEBSEITE

- 4 Milliarden Internetnutzer weltweit -> Webseite unabdingbar
- Selber erstellen: Baukastensysteme, wie "Jimdo" oder "Wix“ vs. Webdesigner

Wireframes:

- Dokument, indem Gliederung & andere wichtige Dinge verschriftlicht und mit Bildern veranschaulicht werden

Was auf Webseite nicht fehlen darf:

- "Über mich"-Bereich (mit einem professionellen Foto von dir)
- Preisliste
- Galerie / Portfolio
- Kontaktformular
- Impressum / AGB
- Datenschutzerklärung
- Newsletter-Anmeldung
- (Optional) Blog / Magazin

- geordnete & übersichtliche Struktur, sowohl als Desktop & mobil Version flüssig laufen

ao