

ما الفرق بين خطة العمل ودراسة الجدوى؟

نموذج خطة عمل word

1. خلاصة للتنفيذيين

اكتب باختصار عن المؤسس هنا، ولماذا تمت كتابة خطة العمل هذه باختصار

لا ينبغي أن يُستكمل هذا القسم حتى يتم الانتهاء من خطة العمل. حيث سيتم تسليط الضوء على جميع المعالم في تطوير الشركة على مدى السنوات الخمس المقبلة. ينبغي أن نلخص المجالات التالية:

- الغرض من خطة العمل
- المنتجات والخدمات ومزاياها
- الفرصة السوقية
- فريق الإدارة
- التوقعات المالية
- متطلبات التمويل

ويتم تلخيص التوقعات المالية وتسليط الضوء عليها بالشكل التالي:

السنة الأولى	السنة الثانية	السنة الثالثة	
			المبيعات
			الأرباح
			المصاريف
			الاستثمارات
			التوظيف

تذكر بأن بعض المستثمرين المحتملين الذين سيمولون مشروعك غالباً ما يطلقون الحكم المبدئي استناداً إلى ما تمت قرأته في الخلاصة للتنفيذيين، الخلاصة ستساعدك على تشجيعهم لقراءة الجزء الرئيسي من خطة العمل والتي لخصتها في المعلومات المقدمة أعلاه. الملاحق في الجزء الخلفي من الخطة تحتوي على معلومات أكثر تفصيلاً لدعم النص الرئيسي من خطة العمل.

2. وصف الشركة

المؤسسين والشركاء ومجلس الإدارة

هنا يتم ذكر الأشخاص المعنيين بالشركة من مؤسسين وشركاء وملاك وإداريين، أذكر التالي:

- أسماء المؤسسين وعددهم
- الهيكل التنظيمي ونطاق المسؤوليات
- أسماء الملاك وعددهم وحصصهم في الشركة
- عدد الأسهم المطروحة ونسبة الملاك منها
- المبالغ المصروفة على الشركة حتى هذه اللحظة

المستشارين

أذكر أسماء المستشارين الماليين والقانونيين وغيرهم من الذين تقدموا بخدمات استشارية للشركة بكامل التفاصيل متضمنة عناوينهم الكاملة

المنتجات والخدمات

اشرح بوضوح ما المنتجات والخدمات التي تقدمها مع تسليط الضوء على التالي:

- خلفية عن كيف تم ابتكار هذه المنتجات والخدمات
- فوائدها ومميزاتها
- كيفية بيعها
- نقاط الضعف فيها
- التطورات المستقبلية لها

الأهداف على المدى الطويل

اذكر اهداف الشركة على المدى الطويل (5 سنوات وأكثر)

الأهداف العامة

اذكر الأهداف العامة المراد تحقيقها لنجاح هذه الشركة

تحليل القوة، الضعف، الفرص والتهديدات S.W.O.T

حل نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات الخاصة بالمشروع بالجدول أدناه

نقاط القوة	نقاط الضعف
●	●
●	●
التهديدات	الفرص
●	●
●	●

3. أبحاث السوق

يغطي هذا القسم أبحاث السوق وتحليل المنافسة. يجب أن تثبت أنك قد قمت بعمل أبحاث السوق لتبرير التوقعات الواردة في خطة عملك. يجب أن تثبت أن هناك سوقاً تنافسية ومع ذلك يمكنك التغلب على المنافسة.

السوق المستهدف

تكلم عن السوق الذي تستهدفه المنافسة فيه وحلل قطاعات هذا السوق بتسليط الضوء على الآتي:

- شرائح السوق المستهدف
- تحليل السوق من حيث النمو أو الانخفاض
- ملامح وخصائص عملاء هذا السوق من كل شريحة ذكرتها

القيمة السوقية الإجمالية

بناءً على ما ذكرته سابقاً من تحليلات وأبحاث قمت بها قم بعرض القيمة المحتملة لمنتجاتك وخدماتك لهذا السوق المستهدف

إيرادات الشركة المستهدفة

أرقام الإيرادات هي الأساس لأرقام المبيعات في التوقعات المالية الخاصة بك ويجب أن تستند إلى تقييمات واقعية. وتشمل متوسط إيرادات الصفقة، وطول دورة المبيعات (استمرارية المنتج بالبيع)، والإيرادات المتكررة.

توجهات السوق

حلل ما يحدث في السوق بذكر التالي:

- التغييرات التي تحصل بالسوق
- توقعات مستقبلية للسوق المستهدف
- عوامل مؤثرة بالسوق مثل: التغييرات الديموغرافية والاقتصادية والعوامل التشريعية
- الآثار المترتبة على منتجاتك وخدماتك
- خططك المستقبلية لمنتجاتك وخدماتك التي ستقوم بتنفيذها لتلبية متغيرات السوق مستقبلاً

المنافسين

حلل منافسيك في السوق المستهدف من النواحي التالية:

- ماهي المنتجات والخدمات من المنافسين
- اذكر أهم المنافسين مع ذكر (حجمهم ومبيعاتهم وعدد عملائهم وحصتهم السوقية
- مزايا وعيوب منتجات وخدمات المنافسين

المزايا التنافسية

هنا سيكون تقييمك الشخصي عن عملائك المحتملين لماذا سيختارون التعامل معك عوضاً عن المنافسين الذين تم ذكرهم أعلاه، وبإمكانك تقييم احتمالية استقطابك للعملاء عن طريق الآتي:

- مميزات فريدة من نوعها لا تقدم إلا عن طريقك
- السعر المقدم لعملائك
- التقنية المستخدمة فيما تقدم
- القيمة والجودة لعملائك مما تقدم لهم
- دراسات تم عملها قد تدعم تقييمك الشخصي

الفائدة على العملاء

اذكر هنا فائدة منتجاتك وخدماتك لعملائك المحتملين من حيث أهدافهم ووجهة نظرهم هم. هل منتجاتك وخدماتك المقدمة ستمكن عملائك من التالي؟

- زيادة المبيعات؟
- زيادة الكفاءة؟
- حفظ المال؟
- توفير الوقت؟
- تعظيم الموارد؟
- تقليل الأخطاء؟
- تقليل وقت التوقف عن العمل؟
- تحسين خدمة العملاء، والحد من تخلي العملاء عنك، وزيادة ولاء العملاء لك

شراء منتجاتك أو خدماتك ماذا سيقدم للعميل فعلياً؟

4. استراتيجية التسويق والمبيعات

يحدد هذا القسم الاستراتيجيات الخاصة بك للوصول إلى السوق التي تستهدفها، كيف ستثير اهتمام عملائك المحتملين في المنتج أو الخدمة، وتقديم الواقع المنتج أو الخدمة لهم في المبيعات.

استراتيجية التسويق

كيف سيتم وضع منتجك أو الخدمة في السوق المستهدف، وكيفية التفريق بين ما تقدم وبين المنافسين لك:

- ماهي شريحة العملاء المستهدفة أولاً،، ولماذا؟
- كيف سيتم تطوير هذه الاستراتيجية للوصول إلى السوق المستهدف كاملاً؟
- كيف سيتم تمييز منتجك أو الخدمة؟
- ما هي الفوائد الرئيسية التي سيسلط الضوء عليها؟
- من العملاء المحتملين الذين استهدفتم بالفعل؟
- هل اختبرت العملية، وما ردود الفعل هذا حين اختبارك لها؟
- ما هي وسائل الاتصالات التي ستستخدمها لتوليد الوعي في السوق؟
- من سيقوم بالتسويق: الموظفين، وكالة، أو ممثلين لك؟

مصادر الدخل

كيف ستقوم بعمل إيرادات مما تقوم به الشركة؟

	المنتجات
	الخدمات
	خدمات ما بعد البيع
	التطوير في المنتجات

استراتيجية المبيعات

كيف ستبيع منتجاتك وخدماتك للسوق؟

- بشكل مباشر
- تجار ومحلات تجزئة
- موزعين
- وكلاء
- ممثلين مبيعات لك
- إلكترونياً (عن طريق الانترنت)
- شركاء مبيعات يشاركون جزء من الدخل

حل كل أسلوب مذكور أعلاه من ناحية التكاليف المترتبة منه، لمعرفة كفاءة وصولك للسوق المستهدف، وسلط الضوء على التحكم الذي سيحافظ على كيفية التسعير وتحديد موقفك بالسوق، والخدمات اللوجستية، والتكامل الشامل مع استراتيجية التسويق الخاصة بك. أذكر جميع مزايا الأساليب لبيع منتجاتك وخدماتك.

آلية التسعير

كيف سيتم تعيين السعر الذي يتم دفعه للمنتج أو الخدمة. وتشمل الاعتبارات التالية:

- أسعار المنافسين
- مستوى المنافسة في السوق
- إدراك العلاقة وجودة السعر من قبل العملاء
- تكاليف الإنتاج والنفقات العامة
- سلسلة التوزيع والقيمة المضافة لكل مرحلة
- إلى أي مدى يمكن للمشتري أن يسيطر على الأسعار

اذكر كيف سيتم تسعير كل منتج أو خدمة، مشيراً إلى مصادر الدخل أعلاه.

استراتيجية الدعاية والإعلان

كيف ستقوم بتسويق منتجاتك وخدماتك بالوسائل الإعلانية؟

- إعلانات تجارية (كيف، ولمن، ومتى .. تفاصيل كاملة عن الحملة الإعلانية)
- بالعلاقات العامة
- تسويق مباشر
- تسويق إلكتروني
- تواجد في معارض ومؤتمرات
- عن طريق العملاء الموالين بطريقة الأشهار بالسمعة (word of mouth)

5. إجراء الأبحاث والتطوير

خارطة الطريق التقنية

اعرض التطورات المستقبلية التي تراها للمنتج أو الخدمة، كتغيرات لتلبية مطالب السوق في المستقبل، واستقطاب تجارب الأسواق الدولية، أو ترقيات للمنتجات. أيضاً اعرض تفاصيل عن المنتجات أو الخدمات الجديدة التي ستضاف إلى مجموعة منتجاتك وخدماتك متضمنة الآتي:

- هيكل الفريق/القسم
- المنهجية المتبعة
- المنصات المستخدمة
- الإنجازات المراد تحقيقها
- نظرة عامة على الانظمة

الأبحاث والتطوير

قم بتوضيح ما إذا كنت ستقوم بأبحاث وتطوير كنشاط للشركة، وما هي المجالات التي ستقوم بعمل الأبحاث والتطوير عنها، وتوقعاتك من هذا البحث في المستقبل.

الشركاء

قائمة بمعلومات الشركاء في الأبحاث والتطوير.

براءات الاختراع، حقوق التأليف والنشر، العلامات التجارية
اذكر أي نوع من الحماية المتوفرة للمنتج أو الخدمة، وما إذا كانت التقنية المستخدمة يمكن أن تكون براءة اختراع، أو ما إذا كان يمكن الاستفادة من حقوق الطبع والنشر أو تسجيل العلامات التجارية، وصورة العلامة التجارية التي تنوي بناءها كوسيلة لتوفير الحماية ضد المنافسة.

6. التوظيف والعمليات
هذا هو المكان الذي سوف يحدد الهيكل الإداري للشركة من حيث الإدارة، وعدد من الموظفين، والاحتياجات التشغيلية لإنتاج أو توريد المنتج أو الخدمة.

الهيكل التنظيمي (متضمناً مجلس الإدارة)

وتشمل رسم تخطيطي للطريقة التي ستنظم إدارة الشركة وينبغي أن تظهر مسؤولية كل مدير وموظف الواجب اتخاذها على مدى السنوات الثلاث المقبلة.

التوظيف

اذكر خواص الموظفين الذين سيتم توظيفهم ومؤهلاتهم المطلوبة لتشغيل الشركة على مدى ثلاث سنوات قادمة.

الخطط التدريبية

اذكر الخطط التدريبية اللازمة للموظفين والإداريين للمحافظة على فريق عمل موهوب ومتميز قادر على تحقيق أهداف الشركة ويجب ان تكون الخطط التدريبية مناسبة لوضع السوق الحالي والمستقبلي.

العمليات

اذكر المتطلبات التشغيلية:

- مكاتب ومواقع
- أجهزة ومعدات
- مواقع إنتاج
- بنية تحتية
- معدات اتصالات
- الموردين

7. التوقعات المالية

الافتراضات الأساسية

هذا القسم يستعرض الافتراضات الرئيسية المستخدمة في التوقعات المالية. بل هو دليل لشرح كيفية الوصول للتوقعات المالية، ينبغي أن تكون بذكر البنود التالية:

- مصادر الدخل
- عدد العاملين المتوقع لكل سنة ورواتبهم
- الاستثمار المتوقع في المعدات والمواد
- تكاليف البحث والتطوير المتوقعة
- الأهلاك للأصول
- الإيجار ومعدلات الرسوم المتوقعة
- عدد أيام (الدائن) المتوقعة وعدد أيام (المدين) المسموح بها
- حسابات النفقات

وينبغي أن يكون هذا القسم لا يتجاوز البنود المذكورة. ولمزيد من التفاصيل بشأن هذه البنود يمكن أن توضع في الملاحق.

حسابات الربح والخسارة

ارفق هنا تفاصيل حسابات الربح والخسارة المتوقعة للثلاث السنوات القادمة.

ميزان المراجعة

ارفق هنا ميزان المراجعة المتوقع لأول سنة من تشغيل الشركة.

قائمة التدفق النقدي

ارفق هنا قائمة التدفق النقدي المتوقعة لأول سنتين للشركة.

8. المبيعات المحتملة Sales Pipeline

اسم العميل المحتمل	تاريخ الشراء المتوقع	حجم الصفقة	نسبة الربح المتوقعة

9. متطلبات التمويل

اذكر هنا اجمالي التمويل المطلوب للقيام بأعمال الشركة المذكورة في هذه الخطة مع الحرص على ذكر شرح تفصيلي أين سيتم إنفاق هذا التمويل بالتفصيل.

10. الملاحق والمرفات

يستخدم هذا القسم لتوفير البيانات التفصيلية التي يستند عليها النص الرئيسي لخطة العمل، وتقديم معلومات إضافية لفائدة القراء لخطة العمل. المواضيع التي يمكن إدراجها في الملاحق تختلف من طبيعة عمل إلى طبيعة عمل أخرى، ولكنها تشمل عادة بعض ما يلي:

- السير الذاتية للمؤسسين
- تفصيل كامل للتوقعات المالية
- أحدث مراجعة من قبل محاسبين لحسابات الشركة
- نشرة اصدار الاكتتاب في حال ان الشركة ستطرح للمساهمة العامة
- ورقة الشروط للمستثمرين المحتملين
- نتائج أبحاث السوق بشكل مفصل
- معلومات شاملة عن المنتج أو الخدمة
- تفاصيل موقع الشركة الإلكتروني
- شهادات أو خطابات شكر من عملاء قد قاموا بالتعامل معك مسبقاً