

## Moj podjetniški načrt

**V razdelek 1** zapišete največje probleme, ki jih vaša poslovna ideja rešuje vašim kupcem. Zakaj je treba probleme opredeliti? Če dobro pomislite, nam vsaka stvar, ki smo jo pripravljene kupiti, rešuje neki problem/tegobo (ali zadovoljuje potrebo). Večji, kot je problem ali potreba, več smo pripravljene plačati.

**V razdelek 2** zapišete tipe kupcev, ki jim je vaša ideja namenjena. Pri opisu bodite čim bolj natančni. Zavedajte se, da zaradi vsesplošne konkurence in specializiranih trgov vsega ne morete prodajati vsem. Vedno je potrebna specializacija za posamezen segment kupcev.

*Namig:* zaprite oči in si predstavljajte vašo prvo idealno stranko, ki bo kupila vaš produkt. To osebo opišite v razdelek.

**V razdelek 3** zapišete dejstva, ki potrjujejo, da ste vi nekaj posebnega na trgu. Zapišite tiste lastnosti vašega produkta, za katere menite, da bodo vašim kupcem najbolj všeč in jih bodo težko (ali pa sploh ne) dobili pri vaši konkurenci.

**V razdelku 4** opišete vašo poslovno idejo, ki je hkrati tudi rešitev problema vaših kupcev.

**V razdelek 5** zapišite, kako bodo vaši kupci izvedeli za vas. Opredelite vse načine reklame/komuniciranja, ki jih boste uporabili zato, da bodo vaši kupci izvedeli, da obstajate.

**V razdelku 6** opredelite vrste prihodkov, ki jih načrtujete, ko boste redno poslovali. Opišite tudi načine in vrste plačila. Prihodkov ne opredelite vrednostno.

**V razdelku 7** opredelite pričakovane stroške, ki bodo nastali z zagonom vaše ideje, in stroške, ki jih boste imeli, ko boste redno poslovali. Ne vpisujte jih vrednostno.

**V razdelek 8** zapišite ključne kazalnike, s katerimi boste merili vaš napredek.

**V razdelek 9** zapišite, zakaj ste družbeno koristni, kaj je vaš prispevek k družbi in kaj vas opredeljuje kot socialno podjetje

<b>PROBLEMI</b> , ki jih vaša ideja rešuje kupcem <b>POTREBE</b> , ki jih vaša ideja zadovoljuje kupcem  <b>1</b>	<b>REŠITEV</b>  <b>4</b>	<b>EDINSTVENA PONUJENA VREDNOST</b>  <b>3</b>	<b>DRUŽBENI UČINEK</b>  <b>9</b>	<b>SEGMENTI</b> Vaših kupcev / uporabnikov  <b>2</b>
	<b>KLJUČNI KAZALNIKI</b> vašega uspeha  <b>8</b>		<b>KANALI</b>  <b>5</b>	
<b>STRUKTURA STROŠKOV</b>  <b>7</b>		<b>STRUKTURA STROŠKOV</b>  <b>6</b>		

## Delovni list 2 (level 5-6)

PROBLEMI/ POTREBE	REŠITEV	EDINSTVENA PONUJENA PRILOŽNOST	DRUŽBENI UČINEK	SEGMENTI
	KLJUČNI KAZALNIKI		KANALI	
STRUKTURA STROŠKOV			STRUKTURA STROŠKOV	