

Примерная структура бизнес-плана организации-дилера ОАО «МАЗ»

1. Описание организации-

1.1. Характеристика организации, претендующей на статус дилера:

- наименование;
- организационно-правовая форма;
- форма собственности (основные акционеры, доли);
- среднесписочная численность;

1.2. Основные технико-экономические показатели, характеризующие деятельность предприятия.

1.3. Описание специфических черт предприятия, основные этапы в его развитии;

1.4. Краткие сведения о квалификации управленческого персонала, какими особенностями, применительно к настоящему проекту, обладает управленческий персонал.

2. Маркетинговая часть.

2.1. Характеристика рынка:

- краткий макроэкономический обзор региона с оценкой реальной емкости рынка коммерческого транспорта по сегментам;
- уровень и тенденции развития рынка;
- специфические особенности рынка (например, трудности доступа к операциям на рынке);
- доля рынка, которую занимает продукция Минского автозавода;
- особые цели на рынке;
- дополнительная информация.

2.2. Характеристика потребителей продукции:

- тип потребителя, структура потребительского рынка (оптовые потребители, единичные самостоятельные потребители);
- их мнение о продукции;
- дополнительная информация.

2.3. Характеристика конкурентов:

- перечень предприятий - основных конкурентов;
- их сильные и слабые стороны;
- их финансовое положение;
- уровень технологии;
- удельный вес в обороте рынка;
- используемые конкурентами стратегии маркетинга;
- возможная реакция конкурентов.

2.4. Стратегия продвижения продукции на рынок:

- продвижение продукции МАЗ (форма торговли и оказания услуг, которую планируется использовать, пути продвижения продукции МАЗ).

- ценовая политика;
- реклама;
- стимулирование сбыта;
- схема реализации продукции (с авансом, в кредит);
- размеры и сезонность скидок;

2.5. Маркетинговые мероприятия (рекламная кампания, участие в выставках)

3. Технический сервис.

Субъекты ТПС должны отвечать требованиям производителя по организации технического сервиса на закрепленной территории в соответствии с «Положением о сертификации СТО».

Субъекты ТПС должны организовывать представление услуг по техническому сервису собственными силами. В отдельных случаях по согласованию сторон (при реализации проекта строительства собственной СТО) допускается оказание услуг по техническому сервису по договору аренды/подряда.

3.1. Гарантийное обслуживание.

3.2. Постгарантийный период, дополнительные технические услуги.

3.3. Дополнительная информация.

4. Финансовый план

4.1. Прогноз продаж в количественном и стоимостном выражении по видам продукции;

4.2. Текущие расходы (стоимость закупки продукции, оплата труда, аренда, содержание инфраструктуры, транспортные расходы и т.д.);

4.3. Инвестиционные затраты (план развития сервисной, складской, торговой и административной инфраструктуры);

4.4. Кредитная политика (получение и направление использования кредитов);

4.5. Затраты на рекламную-выставочную деятельность;

4.6. Прочие затраты;

4.7. Планируемая прибыль.

4.8. Оценка эффективности проекта.

5. Оценка рисков.

5.1. Основные факторы риска;

5.2. Предположительный характер и диапазон изменений;

5.3. Предполагаемые мероприятия по снижению рисков.

6. Общие выводы по бизнес-плану.