



स्टार्टअप बिजनेस के लिए बिजनेस प्लान टेम्प्लेट

एक स्टार्टअप व्यवसाय योजना कई उद्देश्यों को पूरा करती है। यह आपके व्यवसाय को वित्तपोषित करने के लिए निवेशकों या उधारदाताओं को समझाने में मदद कर सकता है। यह भागीदारों या प्रमुख कर्मचारियों को आपकी कंपनी में शामिल होने के लिए राजी कर सकता है। सबसे महत्वपूर्ण बात यह है कि यह आपके नए व्यवसाय के लॉन्च और विकास का मार्गदर्शन करने वाले रोडमैप के रूप में कार्य करता है।

एक व्यवसाय योजना लिखना आपकी कंपनी शुरू करने के हर चरण के बारे में ध्यान से सोचने का अवसर है ताकि आप सफलता की तैयारी कर सकें। यह आपके लिए अपने व्यावसायिक विचार में किसी भी कमजोरियों की खोज करने का अवसर है, उन अवसरों की पहचान करें जिन पर आपने विचार नहीं किया होगा, और योजना बनाएं कि आप उन चुनौतियों से कैसे निपटेंगे जो उत्पन्न होने की संभावना है। जब आप अपनी व्यावसायिक योजना के माध्यम से काम करते हैं तो अपने साथ ईमानदार रहें। संभावित समस्याओं पर प्रकाश न डालें; इसके बजाय, आंकड़ा समाधान बाहर।

एक अच्छी व्यवसाय योजना स्पष्ट और संक्षिप्त होती है। आपके उद्योग से बाहर का व्यक्ति इसे समझने में सक्षम होना चाहिए। उद्योग शब्दजाल या शब्दावली के अति प्रयोग से बचें।

अपनी योजना लिखने में लगने वाला अधिकांश समय शोध और चिंतन में व्यतीत होना चाहिए। आपके द्वारा शामिल किसी भी जानकारी के स्रोतों सहित अपने शोध का दस्तावेजीकरण करना सुनिश्चित करें।

निराधार दावे या व्यापक बयान देने से बचें। आपकी योजना को पढ़ने वाले निवेशक, ऋणदाता और अन्य लोग यथार्थवादी अनुमान देखना चाहेंगे और उम्मीद करेंगे कि आपकी धारणाएं तथ्यों के साथ समर्थित हों।

इस टेम्प्लेट में व्यवसाय योजना के प्रत्येक अनुभाग के लिए निर्देश शामिल हैं, इसके बाद संबंधित भरने योग्य कार्यपत्रक शामिल हैं।

निर्देशों में अंतिम खंड, "अपनी योजना को परिष्कृत करना", उन तरीकों के बारे में बताता है, जिन्हें आपको विशिष्ट उद्देश्यों के लिए अपनी योजना को संशोधित करने की आवश्यकता हो सकती है, जैसे कि बैंक ऋण प्राप्त करना, या खुदरा जैसे विशिष्ट उद्योगों के लिए।

यह सुनिश्चित करने के लिए कि यह वर्तनी और व्याकरण संबंधी त्रुटियों से मुक्त है और सभी आंकड़े सटीक हैं, अपनी पूर्ण योजना को प्रूफरीड करें (या किसी ने इसे आपके लिए प्रूफरीड किया है)।

व्यापार की योजना

[दिनांक डालें]

कंपनी का नाम
सड़क पता 1
गली का पता 2
शहर राज्य का पिन नंबर
व्यवसायिक दूरभाष
वेबसाइट यूआरएल
ईमेल पता

गोपनीय समझौता

अधोहस्ताक्षरी पाठक स्वीकार करता है कि द्वारा प्रदान की गई कोई भी जानकारी

_____ इस व्यवसाय योजना में, जनता में मौजूद जानकारी के अलावा

डोमेन, प्रकृति में गोपनीय है, और पाठक द्वारा इसका कोई भी प्रकटीकरण या उपयोग गंभीर हो सकता है

नुकसान या क्षति _____। इसलिए, अधोहस्ताक्षरी खुलासा नहीं करने के लिए सहमत हैं

यह से व्यक्त लिखित अनुमति के बिना _____।

अनुरोध पर, अधोहस्ताक्षरी पाठक तुरंत इस दस्तावेज़ को वापस कर देंगे

_____।

हस्ताक्षर

नाम (टाइप किया हुआ या मुद्रित)

दिनांक

यह एक व्यवसाय योजना है। इसका मतलब प्रतिभूतियों की पेशकश नहीं है।

विषयसूची

गोपनीय समझौता.....	3 I. निर्देश: कार्यकारी सारांश
.....	5 कार्यकारी सारांश
.....	6
द्वितीय. निर्देश: कंपनी विवरण	7 कंपनी विवरण वर्कशीट
.....	8
III. निर्देश: उत्पाद और सेवाएं	9 उत्पाद और सेवा विवरण वर्कशीट
.....	10
चतुर्थ। निर्देश: मार्केटिंग योजना	11 एसडब्ल्यूओटी विश्लेषण वर्कशीट
.....	12 प्रतियोगी डेटा संग्रह योजना
.....	14 प्रतिस्पर्धी विश्लेषण वर्कशीट
.....	15 विपणन व्यय रणनीति चार्ट.....
.....	17 मूल्य निर्धारण रणनीति कार्यपत्रक.....
.....	19 वितरण चैनल आकलन कार्यपत्रक
.....	21
वी. निर्देश: परिचालन योजना	23
VI. निर्देश: प्रबंधन और संगठन	25 प्रबंधन कार्यपत्रक
.....	26 संगठन चार्ट
.....	27
सातवीं। निर्देश: स्टार्टअप व्यय और पूंजीकरण	28
आठवीं। निर्देश: वित्तीय योजना	29
IX. निर्देश: परिशिष्ट	31 X. निर्देश: योजना को परिष्कृत करना
.....	32 अब जब कि आप (लगभग) समाप्त हो चुके हैं। . .
.....	34

I. निर्देश: कार्यकारी सारांश

कार्यकारी सारांश आपकी व्यावसायिक योजना का सबसे महत्वपूर्ण हिस्सा है। अक्सर, यह एकमात्र हिस्सा होता है जो एक संभावित निवेशक या ऋणदाता यह तय करने से पहले पढ़ता है कि आपकी शेष योजना को पढ़ना है या नहीं। इसे आपके व्यावसायिक विचार के प्रति आपके उत्साह को व्यक्त करना चाहिए और पाठकों को इसके बारे में उत्साहित करना चाहिए।

अपनी शेष व्यावसायिक योजना को पूरा करने के बाद, अपना कार्यकारी सारांश अंतिम लिखें। इस तरह, आपने अपने स्टार्टअप के सभी तत्वों के बारे में सोचा होगा और उन्हें संक्षेप में प्रस्तुत करने के लिए तैयार रहेंगे।

कार्यकारी सारांश को नीचे दिए गए प्रत्येक के बारे में संक्षेप में बताना चाहिए।

1. आपके व्यावसायिक विचार का अवलोकन (एक या दो वाक्य)।
2. आपके उत्पाद और/या सेवा का विवरण। आप अपने लिए किन समस्याओं का समाधान कर रहे हैं लक्षित ग्राहकों?
3. व्यवसाय के लिए आपके लक्ष्य। आप एक साल, तीन साल में कारोबार के कहां होने की उम्मीद करते हैं, पांच साल?
4. आपका प्रस्तावित लक्ष्य बाजार। आपके आदर्श ग्राहक कौन हैं?
5. आपकी प्रतिस्पर्धा और आपके व्यवसाय में क्या अंतर है। आप किसके खिलाफ हैं, और कौन सा अनूठा विक्रय प्रस्ताव आपको सफल होने में मदद करेगा?
6. आपकी प्रबंधन टीम और उनका पूर्व अनुभव। वे मेज पर क्या लाते हैं जो आपके व्यवसाय को प्रतिस्पर्धा में बढ़त देगा?
7. व्यवसाय के लिए वित्तीय दृष्टिकोण। यदि आप वित्तीय उद्देश्यों के लिए व्यवसाय योजना का उपयोग कर रहे हैं, तो स्पष्ट रूप से बताएं कि आपको कितना पैसा चाहिए, आप इसका उपयोग कैसे करेंगे, और यह कैसे आपके व्यवसाय को अधिक लाभदायक बना देगा।

अपने कार्यकारी सारांश को कुल मिलाकर एक या दो पृष्ठों तक सीमित रखें।

कार्यकारी सारांश पढ़ने के बाद, पाठकों को आपके व्यवसाय की एक बुनियादी समझ होनी चाहिए, इसकी क्षमता के बारे में उत्साहित होना चाहिए, और आगे पढ़ने के लिए पर्याप्त रुचि होनी चाहिए।

अपनी व्यावसायिक योजना पूरी करने के बाद, अगले पृष्ठ पर अपना कार्यकारी सारांश लिखने के लिए इस अनुभाग पर वापस आएं।

कार्यकारी सारांश (बाकी व्यवसाय
योजना को पूरा करने के बाद लिखें।)

द्वितीय. निर्देश: कंपनी विवरण

यह खंड आपके व्यवसाय के मूल तत्वों की व्याख्या करता है। निम्न में से प्रत्येक को शामिल करें:

1. कंपनी मिशन स्टेटमेंट

एक मिशन स्टेटमेंट आपकी कंपनी के होने के कारण का एक संक्षिप्त विवरण है। यह मार्केटिंग टैगलाइन के रूप में छोटा हो सकता है ("MoreDough एक ऐसा ऐप है जो उपभोक्ताओं को उनके व्यक्तिगत वित्त को मज़ेदार, सुविधाजनक तरीके से प्रबंधित करने में मदद करता है") या अधिक शामिल: ("डॉगी टेल्स एक डॉग डेकेयर और ग्रूमिंग सैलून है जो सुविधाजनक सेवाओं में विशेषज्ञता रखता है। शहरी पालतू पशु प्रेमी। हमारा मिशन सेवा, सुरक्षा और पारिवारिक वातावरण प्रदान करना है, जिससे व्यस्त कुत्ते के मालिक अपने कुत्ते की बुनियादी जरूरतों की देखभाल करने में कम समय व्यतीत कर सकें और अपने पालतू जानवरों के साथ अधिक समय बिता सकें।") सामान्य तौर पर, इसे रखना सबसे अच्छा है एक या दो वाक्यों के लिए आपका मिशन स्टेटमेंट।

2. कंपनी दर्शन और दृष्टि

ए। आपका व्यवसाय किन मूल्यों से जीता है? ईमानदारी, अखंडता, मस्ती, नवाचार और समुदाय मूल्य हैं जो आपके व्यापार दर्शन के लिए महत्वपूर्ण हो सकता है।

बी। विजन आपके व्यवसाय के लिए दीर्घकालिक दृष्टिकोण को दर्शाता है। आप अंततः इसे क्या चाहते हैं

होना? उदाहरण के लिए, आपके डॉगी डे-केयर सेंटर के लिए आपकी दृष्टि एक राष्ट्रीय श्रृंखला, फ्रैंचाइज़ी बनने या किसी बड़ी कंपनी को बेचने की हो सकती है।

3. कंपनी के लक्ष्य

अपने दीर्घकालिक और अल्पकालिक लक्ष्यों के साथ-साथ कोई भी मील का पत्थर या बेंचमार्क निर्दिष्ट करें जिसका उपयोग आप अपनी प्रगति को मापने के लिए करेंगे। उदाहरण के लिए, यदि आपका एक लक्ष्य दूसरा स्थान खोलना है, तो मील के पत्थर में एक विशिष्ट बिक्री मात्रा तक पहुंचना या नए बाजार में ग्राहकों की एक निश्चित संख्या के साथ अनुबंध पर हस्ताक्षर करना शामिल हो सकता है।

4. लक्ष्य बाजार

आप इसे मार्केटिंग प्लान सेक्शन में गहराई से कवर करेंगे। यहां, संक्षेप में बताएं कि आपका लक्ष्य कौन है ग्राहक हैं।

5. उद्योग अपने

उद्योग का वर्णन करें और क्या आपके व्यवसाय को प्रतिस्पर्धी बनाता है: क्या उद्योग बढ़ रहा है, परिपक्व या स्थिर है? उद्योग दृष्टिकोण दीर्घकालिक और अल्पकालिक क्या है? आपका व्यवसाय अनुमानित उद्योग परिवर्तनों और प्रवृत्तियों का कैसे लाभ उठाएगा? आपके प्रतिस्पर्धियों का क्या हो सकता है और आपका व्यवसाय सफलतापूर्वक कैसे प्रतिस्पर्धा करेगा?

6. कानूनी संरचना क्या आपका

ए। व्यवसाय एकमात्र स्वामित्व, एलएलसी, साझेदारी या निगम है? आपने इस विशेष प्रकार के व्यवसाय को क्यों चुना? बी। यदि एक से अधिक स्वामी हैं, तो स्पष्ट करें कि स्वामित्व कैसे विभाजित होता है। यदि आपके पास निवेशक हैं, तो उनके शेयरों का प्रतिशत बताएं। यह जानकारी निवेशकों और उधारदाताओं के लिए महत्वपूर्ण है।

कंपनी विवरण पढ़ने के बाद, पाठक को आपके व्यवसाय के मिशन और दृष्टि, लक्ष्य, लक्ष्य बाजार, प्रतिस्पर्धी परिदृश्य और कानूनी संरचना की बुनियादी समझ होनी चाहिए।

इस अनुभाग को पूरा करने में आपकी सहायता के लिए, अगले पृष्ठ पर कंपनी विवरण कार्यपत्रक का उपयोग करें।

कंपनी विवरण वर्कशीट

व्यवायक नाम	
कंपनी मिशन कथन	
सोहबत दर्शन/ मूल्यों	
कंपनी विजन	
लक्ष्य और मील के पत्थर	1. 2. 3.
लक्षित बाजार	
उद्योग/ प्रतियोगियों	1. 2. 3.
कानूनी ढांचा/ स्वामित्व	

III. निर्देश: उत्पाद और सेवाएं

यह अनुभाग कार्यकारी सारांश और कंपनी विवरण में शामिल आपके उत्पादों और सेवाओं के बारे में मूलभूत जानकारी पर विस्तृत है। विचार करने के लिए यहां कुछ आइटम दिए गए हैं:

1. आपकी कंपनी के उत्पाद और/या सेवाएं: आप क्या बेचते हैं, और यह कैसे निर्मित होता है या बशर्ते? आपूर्तिकर्ताओं, निर्माताओं और/या भागीदारों के साथ संबंधों का विवरण शामिल करें जो ग्राहकों को उत्पाद या सेवा देने के लिए आवश्यक हैं।
2. उत्पाद या सेवा द्वारा हल की जाने वाली समस्या: प्रत्येक व्यवसाय को उस समस्या को हल करने की आवश्यकता होती है जो उसके ग्राहकों का चेहरा। बताएं कि समस्या क्या है और आपका उत्पाद या सेवा इसे कैसे हल करती है। इसके लाभ, विशेषताएं और अद्वितीय बिक्री प्रस्ताव क्या हैं? आपका एकमात्र समाधान नहीं होगा (प्रत्येक व्यवसाय में प्रतिस्पर्धी होते हैं), लेकिन आपको यह समझाने की आवश्यकता है कि आपका समाधान दूसरों की तुलना में बेहतर क्यों है, एक ग्राहक आधार को लक्षित करता है जिसे आपके प्रतियोगी अनदेखा कर रहे हैं, या कुछ अन्य विशेषता है जो इसे प्रतिस्पर्धा में बढ़त देती है।
3. कोई भी मालिकाना विशेषता जो आपको प्रतिस्पर्धात्मक लाभ देती है: क्या आपके पास अपने उत्पाद पर पेटेंट है या पेटेंट लंबित है? क्या आपके पास किसी उत्पाद या सेवा को बेचने के लिए आपूर्तिकर्ताओं या विक्रेताओं के साथ विशेष अनुबंध हैं, जिसे आपका कोई भी प्रतियोगी नहीं बेचता है? क्या आपके पास ऐसे उत्पाद, तकनीक या सेवा का लाइसेंस है जिसकी अत्यधिक मांग और/या कम आपूर्ति है?
4. आप अपने उत्पाद या सेवा की कीमत कैसे तय करेंगे: अपने उत्पाद या सेवा के मूल्य निर्धारण, शुल्क, सदस्यता या पट्टे की संरचना का वर्णन करें। आपका उत्पाद या सेवा मूल्य निर्धारण के मामले में प्रतिस्पर्धी परिदृश्य में कैसे फिट बैठता है—क्या आप निम्न स्तर, मध्य-सीमा या उच्च अंत पर हैं? वह मूल्य निर्धारण रणनीति आपको ग्राहकों को आकर्षित करने में कैसे मदद करेगी? आपका अनुमानित लाभ मार्जिन क्या है?

परिशिष्ट में किसी भी उत्पाद या सेवा विवरण, जैसे तकनीकी विनिर्देश, चित्र, फोटो, पेटेंट दस्तावेज और अन्य समर्थन जानकारी शामिल करें।

उत्पाद और सेवा अनुभाग को पढ़ने के बाद, पाठक को इस बात की स्पष्ट समझ होनी चाहिए कि आपका व्यवसाय क्या करता है, ग्राहकों के लिए यह किस समस्या का समाधान करता है, और अद्वितीय बिक्री प्रस्ताव जो इसे प्रतिस्पर्धी बनाता है।

इस अनुभाग को पूरा करने में आपकी सहायता के लिए अगले पृष्ठ पर उत्पाद और सेवा विवरण वर्कशीट का उपयोग करें।

उत्पाद और सेवा विवरण वर्कशीट

व्यापार नाम	
उत्पाद/ सेवा विचार	
विशेष फ़ायदे	
अनोखा विशेषताएँ	
सीमाएं और देयताएं	
उत्पादन और वितरण	
आपूर्तिकर्ताओं	
बौद्धिक संपत्ति विशेष परमिट	
उत्पाद/ सेवा विवरण	

चतुर्थ। निर्देश: विपणन योजना

यह खंड आपके उद्योग, प्रतिस्पर्धी परिदृश्य, आपके लक्षित बाजार और आप उन ग्राहकों के लिए अपने व्यवसाय का विपणन कैसे करेंगे, इस पर विवरण प्रदान करता है।

1. बाजार अनुसंधान

शोध दो प्रकार के होते हैं: प्राथमिक और द्वितीयक। प्राथमिक बाजार अनुसंधान वह जानकारी है जिसे आप स्वयं एकत्र करते हैं। इसमें प्रतिस्पर्धियों की पहचान करने के लिए ऑनलाइन जाना या शहर में वाहन चलाना शामिल हो सकता है; ऐसे लोगों का साक्षात्कार या सर्वेक्षण करना जो आपके लक्षित ग्राहकों के प्रोफाइल में फिट हों; या आप जिस खुदरा स्थान पर विचार कर रहे हैं, उस पर ट्रैफ़िक गणना कर रहे हैं।

द्वितीयक बाजार अनुसंधान व्यापार संगठनों और पत्रिकाओं, पत्रिकाओं और समाचार पत्रों, जनगणना के आंकड़ों और जनसांख्यिकीय प्रोफाइल जैसे स्रोतों से प्राप्त जानकारी है। आप यह जानकारी ऑनलाइन, पुस्तकालयों में, वाणिज्य मंडलों से, आपके उद्योग को बेचने वाले विक्रेताओं से या सरकारी एजेंसियों से प्राप्त कर सकते हैं।

आपकी योजना के इस भाग को स्पष्ट करना चाहिए:

- आपके उद्योग का कुल आकार • उद्योग में रुझान
- क्या यह बढ़ रहा है या सिकुड़ रहा है? • आपके लक्षित बाजार का कुल आकार, और आपको प्राप्त करने के लिए कौन सा हिस्सा यथार्थवादी है
- लक्षित बाजार में रुझान - क्या यह बढ़ रहा है या सिकुड़ रहा है? ग्राहक की जरूरतें या प्राथमिकताएं कैसी हैं बदल रहा है?

2. प्रवेश में बाधाएं

आपके स्टार्टअप को प्रवेश में किन बाधाओं का सामना करना पड़ता है, और आप उन्हें कैसे दूर करने की योजना बना रहे हैं? प्रवेश के लिए बाधाओं में शामिल हो सकते हैं:

- उच्च स्टार्टअप लागत
- उच्च उत्पादन लागत
- उच्च विपणन लागत
- ब्रांड पहचान चुनौतियां
- योग्य कर्मचारियों की तलाश
- विशेष तकनीक या पेटेंट की आवश्यकता
- शुल्क और कोटा • आपके उद्योग में संघीकरण

3. धमकी और अवसर

एक बार जब आपका व्यवसाय आपके द्वारा बताए गए प्रवेश की बाधाओं को पार कर लेता है, तो उसे किन अतिरिक्त खतरों का सामना करना पड़ सकता है? बताएं कि निम्नलिखित आपके स्टार्टअप को कैसे प्रभावित कर सकते हैं:

- सरकारी नियमों में बदलाव
- प्रौद्योगिकी में परिवर्तन
- अर्थव्यवस्था में बदलाव
- आपके उद्योग में परिवर्तन

अपनी कंपनी की कमजोरियों और संभावित खतरों के साथ-साथ इसकी ताकत और संभावित अवसरों की पहचान करने के लिए अगले पृष्ठ पर SWOT विश्लेषण वर्कशीट का उपयोग करें।

SWOT विश्लेषण वर्कशीट

	ताकत	कमजोरियों	अवसर	धमकी
उत्पाद / सेवा प्रस्ताव				
ब्रांड मार्केटिंग				
कर्मचारी/एचआर				
वित्त				
संचालन/ प्रबंधन				
बाज़ार				
क्या आपकी कोई ताकत आपकी कमजोरियों को सुधारने या आपके खतरों का मुकाबला करने में मदद कर सकती है? यदि ऐसा है, तो कृपया नीचे वर्णन करें कि कैसे।				
ऊपर दी गई जानकारी के आधार पर, आपके तात्कालिक लक्ष्य/अगले कदम क्या हैं?				
ऊपर दी गई जानकारी के आधार पर, आपके दीर्घकालिक लक्ष्य/अगले कदम क्या हैं?				

4. उत्पाद/सेवा सुविधाएँ और लाभ

ग्राहक के दृष्टिकोण पर ध्यान केंद्रित करना सुनिश्चित करते हुए, अपने सभी उत्पादों या सेवाओं का वर्णन करें। प्रत्येक उत्पाद या सेवा के लिए:

- सबसे महत्वपूर्ण विशेषताओं का वर्णन करें। इसके बारे में क्या खास है? • सबसे महत्वपूर्ण लाभों का वर्णन करें। यह ग्राहक के लिए क्या करता है?

इस खंड में, आपके द्वारा प्रदान की जाने वाली किसी भी बिक्री-पश्चात सेवाओं की व्याख्या करें, जैसे:

- उत्पाद वितरण
- वारंटी गारंटी
- सेवा अनुबंध
- समर्थन जारी है
- प्रशिक्षण
- धन वापसी नीति

5. लक्षित ग्राहक

अपने लक्षित ग्राहक का वर्णन करें। (इसे आदर्श ग्राहक या खरीदार व्यक्तित्व के रूप में भी जाना जाता है।)

आपके पास एक से अधिक लक्षित ग्राहक समूह हो सकते हैं। उदाहरण के लिए, यदि आप खुदरा विक्रेताओं जैसे वितरकों के माध्यम से उपभोक्ताओं को उत्पाद बेचते हैं, तो आपके पास कम से कम दो प्रकार के लक्षित ग्राहक होते हैं: वितरक (व्यवसाय) और अंतिम उपयोगकर्ता (उपभोक्ता)।

अपने लक्षित ग्राहक समूहों की पहचान करें, और प्रत्येक समूह के लिए एक जनसांख्यिकीय प्रोफ़ाइल बनाएं जिसमें निम्न शामिल हों:

उपभोक्ताओं के लिए:

- आयु
- लिंग
- जगह
- आय
- व्यवसाय
- शिक्षा का स्तर

व्यवसायों के लिए:

- उद्योग
- जगह
- आकार
- व्यवसाय में चरण (स्टार्टअप, विकास, परिपक्व)
- वार्षिक बिक्री

6. प्रमुख प्रतियोगी

व्यवसाय योजना में आप जो सबसे बड़ी गलती कर सकते हैं, उनमें से एक यह दावा करना है कि आपके पास "कोई प्रतिस्पर्धा नहीं है।" हर व्यवसाय में प्रतियोगी होते हैं। आपकी योजना को यह दिखाना होगा कि आपने अपनी पहचान कर ली है और यह समझते हैं कि अपने व्यवसाय को कैसे अलग किया जाए। यह खंड चाहिए:

उन प्रमुख कंपनियों की सूची बनाएं जो आपके साथ प्रतिस्पर्धा करती हैं (नाम और स्थान सहित), ऐसे उत्पाद जो आपकी और/या सेवाओं से प्रतिस्पर्धा करते हैं जो आपके साथ प्रतिस्पर्धा करते हैं। क्या वे बोर्ड भर में प्रतिस्पर्धा करते हैं, या केवल विशिष्ट उत्पादों के लिए, कुछ ग्राहकों के लिए या कुछ भौगोलिक क्षेत्रों में?

अप्रत्यक्ष प्रतियोगियों को भी शामिल करें। उदाहरण के लिए, यदि आप एक रेस्तरां खोल रहे हैं जो उपभोक्ताओं के विवेकाधीन खर्च पर निर्भर करता है, तो बार और नाइट क्लब अप्रत्यक्ष प्रतिस्पर्धी हैं।

प्रत्येक श्रेणी में प्रतिस्पर्धियों के बारे में जानकारी एकत्र करने के तरीकों पर विचार-मंथन करने के लिए अगले पृष्ठ पर प्रतिस्पर्धी डेटा संग्रह योजना का उपयोग करें।

प्रतियोगी डेटा संग्रह योजना

कीमत		
लाभ/विशेषताएं		
आकार/लाभप्रदता		
बाजार की रणनीति		

एक बार जब आप अपने प्रमुख प्रतिस्पर्धियों की पहचान कर लेते हैं, तो अपने व्यवसाय की तुलना उनके व्यवसाय से करने के लिए अपने पृष्ठ पर प्रतिस्पर्धी विश्लेषण वर्कशीट का उपयोग करें।

प्रतिस्पर्धी विश्लेषण वर्कशीट

पहले कॉलम में सूचीबद्ध प्रत्येक कारक के लिए, मूल्यांकन करें कि क्या आपको लगता है कि यह आपके व्यवसाय और आपके प्रतिस्पर्धियों के लिए एक ताकत या कमजोरी (एस या डब्ल्यू) है। फिर रैंक करें कि 1 से 5 के पैमाने पर आपके लक्षित ग्राहक के लिए प्रत्येक कारक कितना महत्वपूर्ण है (1 = बहुत महत्वपूर्ण; 5 = बहुत महत्वपूर्ण नहीं)। अपने प्रतिस्पर्धी फायदे और नुकसान की व्याख्या करने के लिए इस जानकारी का उपयोग करें।

कारक	मैं	प्रतियोगी ए	प्रतियोगी बी	प्रतियोगी सी	करने के लिए महत्व ग्राहक
उत्पादों					
कीमत					
गुणवत्ता					
चयन					
सेवा					
विश्वसनीयता					
स्थिरता					
विशेषज्ञता					
सोहबत प्रतिष्ठा					
जगह					
उपस्थिति					
बिक्री विधि					
क्रेडिट नीतियां					
विज्ञापन देना					
छवि					

7. पोजिशनिंग / आला

अब जब आपने अपने उद्योग, उत्पाद / सेवा, ग्राहकों और प्रतिस्पर्धा का आकलन कर लिया है, तो आपको अपने व्यवसाय के स्थान (बाजार के अपने अद्वितीय खंड) के साथ-साथ आपकी स्थिति (आप अपनी कंपनी को ग्राहकों के सामने कैसे पेश करना चाहते हैं) की स्पष्ट समझ होनी चाहिए।) इन्हें एक छोटे पैराग्राफ में समझाइए।

8. आप अपने उत्पाद/सेवा की मार्केटिंग कैसे करेंगे

इस खंड में, आपके द्वारा उपयोग की जाने वाली मार्केटिंग और विज्ञापन रणनीति की व्याख्या करें।

विज्ञापन में शामिल हो सकते हैं:

- ऑनलाइन
- प्रिंट
- रेडियो
- केबल टेलीविज़न
- घर से बाहर

आप किस मीडिया में विज्ञापन देंगे, क्यों और कितनी बार?

विपणन में शामिल हो सकते हैं:

- व्यापार वेबसाइट
- सामाजिक मीडिया विपणन
- ईमेल व्यापार
- मोबाइल विपणन
- सर्च इंजन अनुकूलन
- विषयवस्तु का व्यापार
- प्रिंट मार्केटिंग सामग्री (ब्रोशर, फ़्लायर्स, बिज़नेस कार्ड)
- जनसंपर्क
- व्यापार की शो
- नेटवर्किंग
- मुंह की बात
- रेफरल

आप अपने व्यवसाय ब्रांड के लिए कौन सी छवि पेश करना चाहते हैं?

आप अपने व्यवसाय की मार्केटिंग के लिए किन डिज़ाइन तत्वों का उपयोग करेंगे? (इसमें आपका लोगो, साइनेज और इंटीरियर डिज़ाइन शामिल है।) बताएं कि वे आपके ब्रांड का समर्थन कैसे करेंगे।

9. प्रचार बजट

ऊपर दिए गए मार्केटिंग और विज्ञापन आउटरीच पर आप कितना खर्च करने की योजना बना रहे हैं:

- स्टार्टअप से पहले (ये नंबर आपके स्टार्टअप बजट में जाएंगे)
- निरंतर आधार पर (ये संख्याएं आपके परिचालन योजना बजट में शामिल होंगी)

विभिन्न लक्षित बाजारों तक पहुँचने की लागत का प्रस्ताव लगाने में सहायता के लिए अगले पृष्ठ पर मार्केटिंग व्यय रणनीति चार्ट का उपयोग करें।

विपणन व्यय रणनीति चार्ट

	लक्ष्य बाजार 1	लक्ष्य बाजार 2	लक्ष्य बाजार 3
एक बार खर्च			
मासिक या वार्षिक खर्च			
श्रम लागत			

[वार्षिक मार्केटिंग बजट टेम्पलेट डाउनलोड करें](#) । आपके द्वारा एकत्रित की गई जानकारी का उपयोग करके , अपना वार्षिक मार्केटिंग बजट बनाएं।

10. मूल्य निर्धारण

आपने "उत्पाद और सेवाएं" अनुभाग में मूल्य निर्धारण के बारे में संक्षेप में बताया; अब और अधिक विस्तार में जाने का समय आ गया है। आप कीमतें कैसे निर्धारित करने की योजना बना रहे हैं? ध्यान रखें कि कुछ छोटे व्यवसाय अपने लाभ मार्जिन को नुकसान पहुंचाए बिना कीमत पर प्रतिस्पर्धा कर सकते हैं। सबसे कम कीमत की पेशकश करने के बजाय, औसत कीमत के साथ जाना और गुणवत्ता पर प्रतिस्पर्धा करना बेहतर है और सर्विस।

- क्या आपकी मूल्य निर्धारण रणनीति आपकी स्थिति को दर्शाती है? • अपने प्रतिस्पर्धियों के साथ अपने मूल्यों की तुलना करें। क्या वे उच्च, निम्न या समान हैं? क्यों?
- आपके ग्राहकों के लिए कीमत कितनी महत्वपूर्ण है? यह एक निर्णायक कारक नहीं हो सकता है।
- आपकी ग्राहक सेवा और क्रेडिट नीतियां क्या होंगी?

अपने मूल्य निर्धारण में सहायता के लिए अगले पृष्ठ पर मूल्य निर्धारण रणनीति वर्कशीट का उपयोग करें।

मूल्य निर्धारण रणनीति वर्कशीट

व्यवाश्यक नाम		
आप निम्न में से कौन सी मूल्य निर्धारण रणनीति अपनाएंगे? एक गोला।		
<p>लागत आधिक्य</p> <p>आपके उत्पाद को बनाने/प्राप्त करने या आपकी सेवा प्रदान करने की लागत, साथ ही लाभ कमाने के लिए पर्याप्त</p>	<p>मूल्य आधारित</p> <p>आपके प्रतिस्पर्धी लाभ और ब्रांड (कथित मूल्य) के आधार पर</p>	<p>अन्य:</p>
<p>अपने मूल्य निर्धारण मॉडल चयन का स्पष्टीकरण प्रदान करें। अपनी प्रमुख उत्पाद लाइनों/सेवा पेशकशों पर रणनीति की जानकारी शामिल करें। अपने सलाहकार के साथ चर्चा करने के लिए उद्योग/बाजार प्रथाओं और किसी भी विचार की सूची बनाएं।</p>		

11. स्थान या प्रस्तावित स्थान

यदि आपने कोई स्थान चुना है, तो बताएं कि आपको क्यों लगता है कि यह आपके स्टार्टअप के लिए एक अच्छा स्थान है।

यदि आपने अभी तक कोई स्थान नहीं चुना है, तो बताएं कि आप किसी स्थान में क्या खोज रहे हैं और क्यों, इसमें शामिल हैं:

- ग्राहकों के लिए सुविधाजनक स्थान
- कर्मचारियों और ग्राहकों के लिए पर्याप्त पार्किंग
- सार्वजनिक परिवहन या प्रमुख सड़कों से निकटता • स्थान का प्रकार (औद्योगिक, खुदरा, आदि)
- आस-पास के व्यवसायों के प्रकार

अपने भवन के स्थान पर ध्यान दें, न कि भौतिक भवन पर। आप उस पर बाद में, संचालन अनुभाग में चर्चा करेंगे।

12. वितरण चैनल

आप अपने उत्पादों और/या सेवाओं को बेचने के लिए वितरण के किन तरीकों का उपयोग करेंगे? इनमें शामिल हो सकते हैं:

- खुदरा
- प्रत्यक्ष बिक्री
- ईकॉमर्स
- थोक
- बिक्री बल के अंदर
- बाहरी बिक्री प्रतिनिधि
- ओईएम

यदि आपकी कोई रणनीतिक साझेदारी या प्रमुख वितरक संबंध हैं जो आपकी सफलता का कारक होंगे, तो उन्हें यहां समझाएं।

यदि आपने अभी तक अपने वितरण चैनलों को अंतिम रूप नहीं दिया है, तो आप जिस वितरण चैनल पर विचार कर रहे हैं, उसके फायदे और नुकसान का आकलन करने के लिए अगले पृष्ठ पर वितरण चैनल मूल्यांकन कार्यपत्रक का उपयोग करें।

वितरण चैनल आकलन कार्यपत्रक

	वितरण चैनल 1	वितरण चैनल 2	वितरण चैनल 3
प्रवेश में आसानी			
ज्योग्राफिक निकटता			
लागत			
प्रतियोगी' स्थितियां			
प्रबंधन अनुभव			
स्टाफ क्षमताओं			
विपणन ज़रूरत			

13. 12 महीने की बिक्री का पूर्वानुमान

[बिक्री पूर्वानुमान डाउनलोड करें](#) [स्रैडशीट](#) और [महीने-दर-महीने](#) बिक्री प्रक्षेपण बनाने के लिए इसका इस्तेमाल करें।

यदि आपने पहले ही कुछ बिक्री कर ली है, तो आप उन्हें अपने अनुमानों के आधार के रूप में उपयोग कर सकते हैं। यदि, अधिकांश स्टार्टअप्स की तरह, आपने अभी तक कुछ भी नहीं बेचा है, तो आपको अपने मार्केट रिसर्च, अपनी प्रस्तावित मार्केटिंग रणनीतियों और अपने उद्योग डेटा के आधार पर अनुमान बनाने की आवश्यकता होगी।

दो पूर्वानुमान बनाएं: एक "सर्वश्रेष्ठ अनुमान" परिदृश्य (आप वास्तव में क्या उम्मीद करते हैं) और एक "सबसे खराब स्थिति" परिदृश्य (जिस पर आपको विश्वास है कि आप किसी भी तरह से पहुंच सकते हैं)।

अनुसंधान और धारणाओं पर नोट्स रखें जो इन बिक्री पूर्वानुमानों को विकसित करने में जाते हैं। वित्त पोषण के स्रोत जानना चाहेंगे कि आपने संख्याओं के आधार पर क्या किया।

मार्केटिंग योजना अनुभाग को पढ़ने के बाद, पाठक को यह समझना चाहिए कि आपके लक्षित ग्राहक कौन हैं, आप उन्हें कैसे बाजार में लाने की योजना बना रहे हैं, आप किस बिक्री और वितरण चैनल का उपयोग करेंगे, और आप प्रतिस्पर्धा के सापेक्ष अपने उत्पाद/सेवा को कैसे रखेंगे।

एक SCORE मेंटर आपके व्यवसाय के अनुरूप आपकी मार्केटिंग योजना को पूरा करने में आपकी मदद कर सकता है। एक SCORE संरक्षक [खोजें](#)।

V. निर्देश: परिचालन योजना

यह खंड आपके व्यवसाय के दैनिक संचालन की व्याख्या करता है, जिसमें उसका स्थान, उपकरण, कार्मिक और . शामिल हैं प्रक्रियाएं।

1. उत्पादन

आप अपने उत्पाद का उत्पादन कैसे करेंगे या अपनी सेवा कैसे देंगे? अपनी उत्पादन विधियों का वर्णन करें, आपके द्वारा उपयोग किए जाने वाले उपकरण और आपके द्वारा बेची जाने वाली चीजों के उत्पादन में कितना खर्च आएगा।

2. गुणवत्ता नियंत्रण

आप निरंतरता कैसे बनाए रखेंगे? आपके द्वारा उपयोग की जाने वाली गुणवत्ता नियंत्रण प्रक्रियाओं का वर्णन करें।

3. स्थान आपका

व्यवसाय कहाँ स्थित है? आपने कंपनी अवलोकन में इस पर संक्षेप में बात की। इस खंड में, उस जानकारी का विवरण के साथ विस्तार करें जैसे:

ए। आपके स्थान का आकार

बी। भवन का प्रकार (खुदरा, औद्योगिक, वाणिज्यिक, आदि)

सी। ज़ोनिंग प्रतिबंध

डी। यदि आवश्यक हो तो ग्राहकों, कर्मचारियों, आपूर्तिकर्ताओं और परिवहन के लिए सुगम्यता e. किराया, रखरखाव, उपयोगिताओं, बीमा और किसी भी निर्माण या रीमॉडेलिंग लागत सहित लागत f. उपयोगिताओं

4. कानूनी वातावरण

आपका व्यवसाय किस प्रकार के कानूनी वातावरण में संचालित होगा? आप कानूनी आवश्यकताओं को संभालने के लिए कैसे तैयार हैं? विवरण शामिल करें जैसे:

जी। कोई भी लाइसेंस और/या परमिट जिनकी आवश्यकता है और क्या आपने उन्हें प्राप्त किया है

एच। कोई भी ट्रेडमार्क, कॉपीराइट या पेटेंट जो आपके पास है या जिसके लिए आवेदन करने की प्रक्रिया में हैं

मैं। आपके व्यवसाय के लिए आवश्यक बीमा कवरेज और इसकी लागत कितनी है

जे। आपके व्यवसाय को प्रभावित करने वाला कोई भी पर्यावरण, स्वास्थ्य या कार्यस्थल संबंधी नियम

क। आपके उद्योग को प्रभावित करने वाला कोई विशेष नियम l. बॉन्डिंग

आवश्यकताएं, यदि लागू हो

5. कार्मिक

आपके व्यवसाय को किस प्रकार के कर्मियों की आवश्यकता होगी? विवरण स्पष्ट करें जैसे:

एम। किस प्रकार के कर्मचारी? क्या कोई लाइसेंस या शैक्षिक आवश्यकताएं हैं?

एन। आपको कितने कर्मचारियों की आवश्यकता होगी?

ओ क्या आप कभी फ्रीलांसरों या स्वतंत्र ठेकेदारों को काम पर रखेंगे?

पी। नौकरी विवरण शामिल करें। क्यू। वेतन

संरचना (प्रति घंटा, वेतनभोगी, आधार प्लस कमीशन, आदि) क्या है?

आर। योग्य कर्मचारियों और ठेकेदारों को खोजने की आपकी योजना कैसे है? एस। किस प्रकार के प्रशिक्षण की आवश्यकता है और आप कर्मचारियों को कैसे प्रशिक्षित करेंगे?

[जॉब एनालिसिस वर्कशीट डाउनलोड करें और उपरोक्त प्रश्नों के उत्तर देने में आपकी सहायता के लिए इसका उपयोग करें।](#)

6. इन्वेंटरी यदि आपके

व्यवसाय को इन्वेंट्री की आवश्यकता है, तो समझाएं:

- आप किस प्रकार की सूची (कच्चे माल, आपूर्ति, तैयार उत्पाद) को संभाल कर रखेंगे?
- इन्वेंट्री का औसत मूल्य क्या होगा (दूसरे शब्दों में, आप इन्वेंट्री में कितना निवेश कर रहे हैं)?
- आप इन्वेंट्री टर्नओवर की किस दर की अपेक्षा करते हैं? यह उद्योग के औसत की तुलना कैसे करता है?
- क्या आपको कुछ खास मौसमों के दौरान सामान्य से अधिक इन्वेंट्री की आवश्यकता होगी? (उदाहरण के लिए, एक खुदरा विक्रेता की आवश्यकता हो सकती है छुट्टियों के खरीदारी के मौसम के लिए अतिरिक्त सूची।)
- इन्वेंट्री ऑर्डर करने के लिए आपका लीड टाइम क्या है?

7. आपूर्तिकर्ता

अपने प्रमुख आपूर्तिकर्ताओं की सूची बनाएं, जिनमें शामिल हैं:

- नाम, पता, वेबसाइट
 - सुसज्जित इन्वेंट्री का प्रकार और मात्रा
 - उनकी क्रेडिट और वितरण नीतियां • इतिहास और विश्वसनीयता
 - क्या आप किसी आपूर्ति की कमी या अल्पकालिक वितरण समस्याओं की अपेक्षा करते हैं? यदि हां, तो आप उन्हें कैसे संभालेंगे?
 - क्या आपके पास महत्वपूर्ण वस्तुओं के लिए एक से अधिक आपूर्तिकर्ता हैं (बैकअप के रूप में)?
 - क्या आप आपूर्ति की लागत स्थिर या उतार-चढ़ाव की उम्मीद करते हैं? यदि बाद वाला, तो आप इससे कैसे निपटेंगे बदलती लागत? •
- आपके आपूर्तिकर्ताओं की भुगतान शर्तें क्या हैं?

8. क्रेडिट नीतियां

यदि आप ग्राहकों को क्रेडिट पर बेचने की योजना बना रहे हैं, तो समझाएं:

- क्या यह आपके उद्योग में विशिष्ट है (क्या ग्राहक इसकी अपेक्षा करते हैं)?
- आपकी क्रेडिट नीतियां क्या होंगी। आप कितना क्रेडिट बढ़ाएंगे? विस्तार के लिए मानदंड क्या हैं श्रेय?
- आप नए ग्राहकों की साख की जांच कैसे करेंगे?
- आप कौन सी क्रेडिट शर्तें पेश करेंगे?
- विस्तार से बताएं कि क्रेडिट की पेशकश करने में आपको कितना खर्च आएगा, और दिखाएं कि आपने इन लागतों को अपने मूल्य निर्धारण में शामिल कर लिया है संरचना।
- आप धीमे भुगतान करने वाले ग्राहकों से कैसे निपटेंगे? अपनी नीतियों की व्याख्या करें, जैसे कि आप कब अनुवर्ती कार्रवाई करेंगे देर से भुगतान, और जब आप एक वकील या संग्रह एजेंसी को शामिल करेंगे।

ऑपरेशनल प्लान सेक्शन को पढ़ने के बाद, पाठक को यह समझना चाहिए कि आपका व्यवसाय दिन-प्रतिदिन के आधार पर कैसे संचालित होगा।

VI. निर्देश: प्रबंधन और संगठन

इस खंड से पाठकों को आपके व्यवसाय के पीछे के लोगों, उनकी भूमिकाओं और जिम्मेदारियों और उनके पूर्व अनुभव की समझ मिलनी चाहिए। यदि आप वित्तपोषण प्राप्त करने के लिए अपनी व्यावसायिक योजना का उपयोग कर रहे हैं, तो जान लें कि निवेशक और ऋणदाता सावधानीपूर्वक मूल्यांकन करते हैं कि आपके पास एक योग्य प्रबंधन टीम है या नहीं।

1. आत्मकथाएँ

मालिकों और प्रमुख कर्मचारियों की संक्षिप्त आत्मकथाएँ शामिल करें। रिज्यूमे को परिशिष्ट में शामिल करें। यहां, प्रति व्यक्ति कुछ पैराग्राफ में अपने और अपने प्रमुख कर्मचारियों के अनुभव को संक्षेप में प्रस्तुत करें। पिछले अनुभव और कौशल पर ध्यान केंद्रित करें जिन्होंने आपकी टीम को इस व्यवसाय में सफल होने के लिए तैयार किया है। यदि किसी के पास व्यवसाय शुरू करने और बढ़ाने का पिछला अनुभव है, तो इसे विस्तार से बताएं।

2. अंतराल

समझाएं कि आप प्रबंधन और/या अनुभव में किसी भी अंतराल को भरने की योजना कैसे बनाते हैं। उदाहरण के लिए, यदि आपके पास वित्तीय जानकारी की कमी है, तो क्या आप एक सीएफओ को नियुक्त करेंगे या एक एकाउंटेंट को बनाए रखेंगे? यदि आपके पास बिक्री कौशल नहीं है, तो क्या आप इन-हाउस बिक्री प्रबंधक को नियुक्त करेंगे या बाहरी बिक्री प्रतिनिधि का उपयोग करेंगे?

3. सलाहकार

अपनी पेशेवर/सलाहकार सहायता टीम के सदस्यों की सूची बनाएं, जिनमें शामिल हैं:

ए। प्रतिनिधि

बी। मुनीम

सी। निदेशक मंडल

डी। सलाहकार बोर्ड

इ। बीमा एजेंट

एफ। सलाहकार

जी। बैंकर

एच। सलाहकार और अन्य सलाहकार

यदि उनके पास अनुभव या विशेषज्ञता है जो आपकी सफलता की संभावनाओं को बढ़ाएगी, तो समझाएं। उदाहरण के लिए, क्या आपके गुरु के पास समान व्यवसाय शुरू करने और विकसित करने का अनुभव है?

4. संगठन चार्ट

एक संगठन चार्ट विकसित और शामिल करें। इसमें वे दोनों भूमिकाएँ शामिल होनी चाहिए जो आपने पहले ही भरी हैं और वे भूमिकाएँ जिन्हें आप भविष्य में भरने की योजना बना रहे हैं।

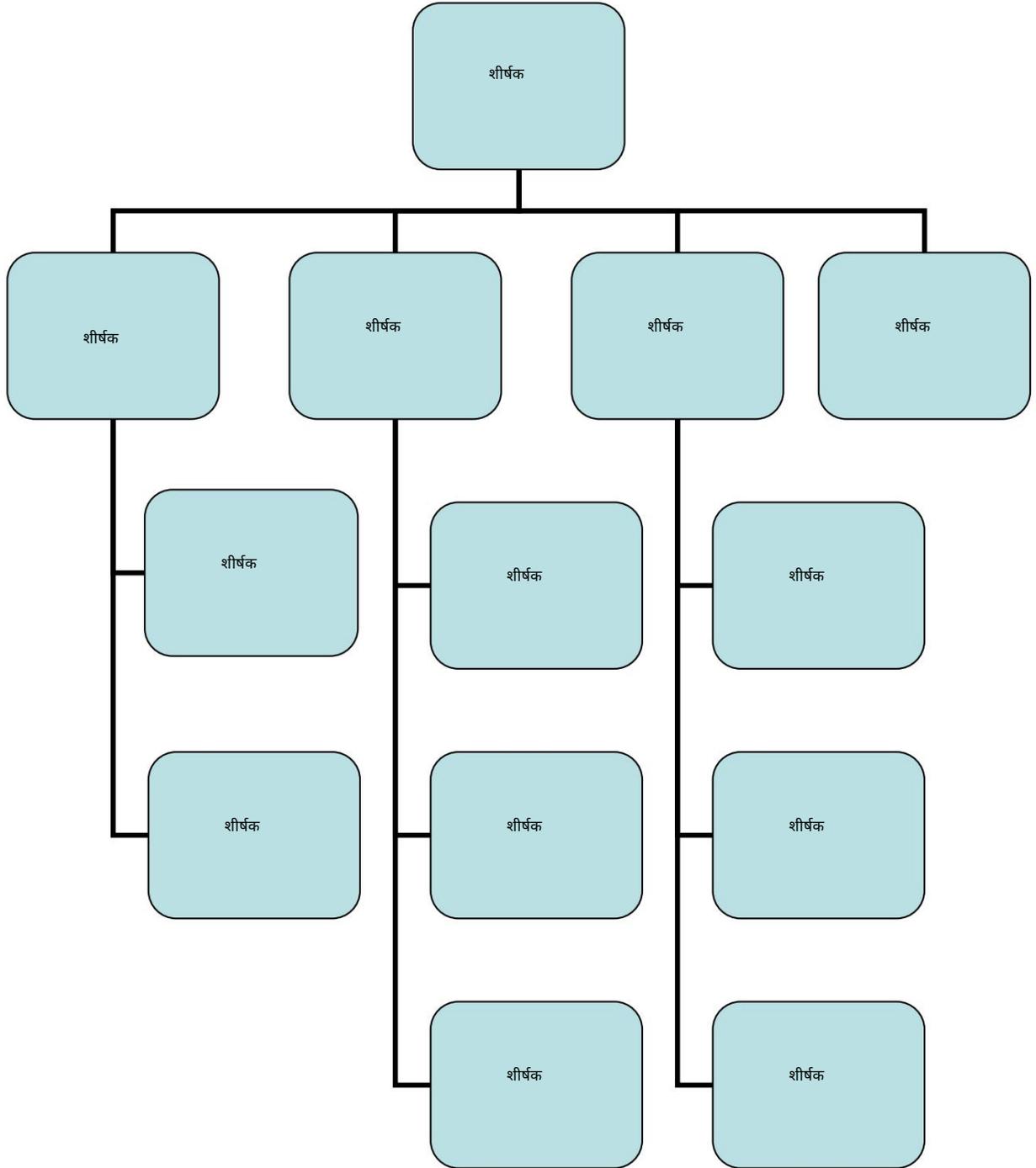
प्रबंधन और संगठन अनुभाग को पढ़ने के बाद, पाठक को विश्वास होना चाहिए कि आपके पास एक योग्य टीम है जो आपके व्यवसाय का नेतृत्व कर रही है।

अपनी प्रबंधन टीम को हाइलाइट करने के लिए अगले दो पृष्ठों पर प्रबंधन कार्यपत्रक और संगठन चार्ट का उपयोग करें।

प्रबंधन कार्यपत्रक

जैव/एस	
अंतराल प्रबंधन या अनुभव	
सलाहकार	

संगठन चार्ट



सातवीं। निर्देश: स्टार्टअप व्यय और पूंजीकरण

इस खंड में, व्यवसाय के लिए खोलने में शामिल खर्चों और आपको कितनी पूंजी की आवश्यकता होगी, इसका विवरण दें। (आपके व्यवसाय के खुलने के बाद चल रहे खर्चों को शामिल न करें; वे वित्तीय योजना में सूचीबद्ध हैं।) स्टार्टअप खर्चों का यथासंभव सटीक अनुमान लगाने से आपको पर्याप्त स्टार्टअप पूंजी इकट्ठा करने में मदद मिलती है।

1. स्टार्ट-अप व्यय

[स्टार्ट-अप व्यय डाउनलोड करें और पूरा करें टेम्पलेट](#)। इस व्यवसाय योजना पर कार्य करने के लिए, आपको पहले से ही सबसे अधिक, यदि सभी नहीं, तो आवश्यक जानकारी एकत्र कर लेनी चाहिए थी। इस खंड के मुख्य भाग में, आंकड़ों के पीछे की सभी मान्यताओं की व्याख्या करना सुनिश्चित करें। आप इन खर्चों के साथ कैसे आए? यदि आपने सुरक्षित किया है या ऋण सुरक्षित करने की अपेक्षा करते हैं, तो स्रोत/राशि, राशि/शर्तें स्पष्ट करें। यदि आपने निवेशकों को सुरक्षित या सुरक्षित करने की अपेक्षा की है, तो समझाएं कि प्रत्येक निवेशक कितना योगदान देगा और बदले में प्रत्येक को कितने प्रतिशत स्वामित्व प्राप्त होगा।

अप्रत्याशित खर्चों के लिए अतिरिक्त पूंजी शामिल करना सुनिश्चित करें। एक नया व्यवसाय खोलना लगभग हमेशा अपेक्षा से अधिक खर्च होता है, और आपको तैयार रहने की आवश्यकता होती है। इस आंकड़े को "आकस्मिकता के लिए आरक्षित" के तहत स्टार्ट-अप व्यय टेम्पलेट में सूचीबद्ध करें। आकस्मिकताओं के लिए आपको कितना अलग रखना चाहिए? बॉलपार्क का आंकड़ा प्राप्त करने के लिए आप अपने उद्योग के अन्य व्यवसाय मालिकों से बात कर सकते हैं। यदि आप इस तरह से एक आंकड़े के साथ नहीं आ सकते हैं, तो अंगूठे का एक अच्छा नियम आकस्मिकताओं के लिए अपनी कुल स्टार्टअप लागत का 20% से 25% अलग रखना है।

2. ओपनिंग डे बैलेंस शीट

[ओपनिंग डे बैलेंस शीट डाउनलोड करें और पूरा करें। उद्घाटन के दिन अपने व्यावसायिक वित्त की अपेक्षित स्थिति का विवरण देने के लिए इसका उपयोग करें।](#) स्टार्ट-अप व्यय पत्रक की तरह, आंकड़ों के पीछे की धारणाओं को स्पष्ट करना सुनिश्चित करें।

3. व्यक्तिगत वित्तीय विवरण

यदि आप वित्तपोषण प्राप्त करने के लिए व्यवसाय योजना का उपयोग कर रहे हैं, तो प्रत्येक मालिक और प्रत्येक प्रमुख शेयरधारक के लिए व्यक्तिगत वित्तीय विवरण शामिल करें। व्यक्तिगत वित्तीय विवरणों में व्यवसाय के बाहर प्रत्येक व्यक्ति की संपत्ति और देनदारियों और उनकी व्यक्तिगत निवल संपत्ति का विवरण होना चाहिए। निवेशक और/या ऋणदाता आमतौर पर व्यवसाय के मालिकों से स्टार्टअप को वित्तपोषित करने के लिए व्यक्तिगत संपत्ति का उपयोग करने की अपेक्षा करते हैं, और वे यह देखना चाहेंगे कि आपके व्यक्तिगत वित्त से आपके पास कितनी पूंजी उपलब्ध है।

स्टार्टअप व्यय और पूंजीकरण अनुभाग को पढ़ने के बाद, पाठक को पता होना चाहिए कि व्यवसाय शुरू करने के लिए कितने पैसे की जरूरत है और आप कितने अच्छे पूंजीकृत हैं।

आठवीं। निर्देश: वित्तीय योजना

आपकी वित्तीय योजना शायद आपकी व्यावसायिक योजना का सबसे महत्वपूर्ण तत्व है। कर्जदाता और निवेशक इसकी विस्तार से समीक्षा करेंगे। अपनी वित्तीय योजना विकसित करने से आपको अपने स्टार्टअप के लिए वित्तीय लक्ष्य निर्धारित करने और उसकी वित्तीय जरूरतों का आकलन करने में मदद मिलती है। निम्नलिखित को शामिल कीजिए:

1. 12 महीने के लाभ और हानि का अनुमान

आय विवरण या पी एंड एल के रूप में भी जाना जाता है, 12 महीने का लाभ और हानि प्रक्षेपण आपकी व्यावसायिक योजना का केंद्रबिंदु है। 12 महीने का लाभ और हानि प्रक्षेपण डाउनलोड करें और अपनी अनुमानित बिक्री, बेची गई वस्तुओं की लागत और सकल लाभ भरें। (आपके द्वारा खंड IV में बनाए गए बिक्री पूर्वानुमान का संदर्भ लें)। फिर अपने खर्चों, करों से पहले शुद्ध लाभ, अनुमानित करों और शुद्ध परिचालन आय को सूचीबद्ध करें।

अपने पी एंड एल में संख्याओं के पीछे की धारणाओं की व्याख्या करना सुनिश्चित करें। आप इन आंकड़ों के साथ कैसे आए, इसके बारे में विस्तृत नोट रखें; संभावित वित्तपोषण से संबंधित प्रश्नों के उत्तर देने के लिए आपको इस जानकारी की आवश्यकता हो सकती है

स्रोत।

2. वैकल्पिक: 3 साल का लाभ और हानि प्रक्षेपण

एक व्यवसाय योजना के लिए तीन साल का लाभ और हानि प्रक्षेपण आवश्यक नहीं है। हालाँकि, यदि आप अपने व्यवसाय की वित्तीय स्थिति पहले वर्ष के बाद पर्याप्त रूप से बदलने की उम्मीद करते हैं, या यदि निवेशकों या उधारदाताओं को इसकी आवश्यकता होती है, तो आप एक बनाना चाह सकते हैं। 3-वर्षीय लाभ और हानि प्रोजेक्शन टेम्प्लेट डाउनलोड करें, और अपना प्रोजेक्शन बनाने के लिए इसका उपयोग करें।

3. नकदी प्रवाह प्रक्षेपण

कैश फ्लो स्टेटमेंट ट्रैक करता है कि आपके व्यवसाय के पास किसी भी समय कितनी नकदी है। एक बार जब आपका व्यवसाय चल रहा हो और चल रहा हो, तो आप अपने नकदी प्रवाह विवरण पर कड़ी नजर रखना चाहेंगे। हालाँकि, अभी के लिए, आप एक नकदी प्रवाह प्रक्षेपण बना रहे हैं। अपने व्यापार चेकिंग खाते के पूर्वानुमान के रूप में नकदी प्रवाह प्रक्षेपण के बारे में सोचें। यह विवरण देता है कि आपको इन्वेंट्री, किराए और पेट्रोल जैसी चीजों पर पैसा खर्च करने की आवश्यकता है, और जब आप ग्राहकों और ग्राहकों से भुगतान प्राप्त करने की अपेक्षा करते हैं। उदाहरण के लिए, आप बिक्री कर सकते हैं, बिक्री को पूरा करने के लिए सूची खरीदनी होगी, और ग्राहक से 30, 60 या 90 दिनों के लिए भुगतान एकत्र नहीं करना होगा।

नकदी प्रवाह प्रक्षेपण इन कारकों को ध्यान में रखता है, जिससे आपको आगामी खर्चों के लिए बजट में मदद मिलती है ताकि आपका व्यवसाय पैसे से बाहर न हो।

[12 महीने का कैश फ्लो स्टेटमेंट डाउनलोड करें और अपने अनुमान बनाने के लिए इसका इस्तेमाल करें।](#)

4. वैकल्पिक: 3 साल का कैश फ्लो स्टेटमेंट

आपकी आवश्यकताओं और आपकी व्यावसायिक योजना के उद्देश्य के आधार पर, आप 3 साल का कैश फ्लो स्टेटमेंट भी शामिल करना चाह सकते हैं। अगर ऐसा है, तो 3 साल का कैश फ्लो स्टेटमेंट डाउनलोड करें और अपने अनुमान बनाने के लिए इसका इस्तेमाल करें। यह 12-महीने के कैश फ्लो स्टेटमेंट की तुलना में बहुत सरल दस्तावेज़ है, लेकिन फिर भी योजना बनाने में उपयोगी हो सकता है।

5. अनुमानित बैलेंस शीट

एक बैलेंस शीट मालिक की इक्विटी पर पहुंचने के लिए कंपनी की देनदारियों को उसकी संपत्ति से घटा देती है। आपने पहले ही खंड 1 में एक शुरूआती दिन की बैलेंस शीट बना ली है। अब, बैलेंस शीट (अनुमानित) डाउनलोड करें, और अपने पहले वर्ष के अंत में अपने व्यवसाय की अनुमानित वित्तीय स्थिति दिखाते हुए एक अनुमानित बैलेंस शीट बनाएं। दोनों के बीच मुख्य अंतर यह है कि अनुमानित बैलेंस शीट में व्यवसाय के पहले वर्ष के संचालन के परिणामस्वरूप किसी भी मालिक की इक्विटी शामिल होती है। ऋणदाता और निवेशक इस प्रक्षेपण को देखना चाह सकते हैं।

6. ब्रेक-ईवन कैलकुलेशन

ब्रेक-ईवन विश्लेषण आपकी लागतों को कवर करने के लिए आवश्यक बिक्री मात्रा को प्रोजेक्ट करता है। दूसरे शब्दों में, व्यापार कब टूटेगा? ब्रेक-ईवन एनालिसिस टेम्पलेट डाउनलोड करें और अपने लाभ और हानि अनुमानों का उपयोग करते हुए, अपनी अपेक्षित निश्चित और परिवर्तनीय लागत दर्ज करें। अपने खुद के व्यवसाय को दर्शाने के लिए श्रेणियों को समायोजित करें।

आप अलग-अलग परिदृश्यों के लिए अलग-अलग ब्रेक-ईवन विश्लेषण भी बना सकते हैं। उदाहरण के लिए, आपकी पेट्रोल की लागत इस बात पर निर्भर करती है कि आप पूर्णकालिक कर्मचारियों को काम पर रखते हैं या स्वतंत्र ठेकेदारों का उपयोग करते हैं। अलग-अलग ब्रेक-ईवन विश्लेषण बनाने से आपको सबसे अच्छा विकल्प निर्धारित करने में मदद मिल सकती है।

7. पूंजी का उपयोग

यदि आप उधारदाताओं या निवेशकों से वित्तपोषण प्राप्त करने के लिए व्यवसाय योजना का उपयोग कर रहे हैं, तो आप पूंजी कैसे करेंगे और आप किस परिणाम की अपेक्षा करेंगे, इसका एक ब्रेकडाउन प्रदान करें। उदाहरण के लिए, शायद आप पैसे का उपयोग नए उपकरण खरीदने के लिए करेंगे और उम्मीद करेंगे कि आपकी उत्पादन क्षमता दोगुनी हो जाएगी।

वित्तीय योजना अनुभाग को पढ़ने के बाद, पाठक को आपके वित्तीय अनुमानों के पीछे की धारणाओं को समझना चाहिए और यह निर्णय लेने में सक्षम होना चाहिए कि क्या ये अनुमान यथार्थवादी हैं।

एक SCORE सलाहकार आपके व्यवसाय के अनुरूप आपकी वित्तीय योजना को पूरा करने में आपकी सहायता कर सकता है। एक SCORE संरक्षक खोजें।

IX. निर्देश: परिशिष्ट

अनुबंध या लाइसेंस जैसे सहायक दस्तावेजों के साथ अपनी व्यावसायिक योजना को अव्यवस्थित करके अपने पाठकों को धीमा न करें। इसके बजाय, इन दस्तावेजों को परिशिष्टों में रखें, और उन्हें योजना के मुख्य भाग में देखें ताकि पाठक जरूरत पड़ने पर उन्हें ढूंढ सकें।

नीचे कुछ तत्व दिए गए हैं जिन्हें कई व्यवसाय स्वामी अपने परिशिष्टों में शामिल करते हैं।

1. समझौते (पट्टे, अनुबंध, खरीद आदेश, आशय पत्र, आदि)
2. बौद्धिक संपदा (ट्रेडमार्क, लाइसेंस, पेटेंट, आदि)
3. मालिकों/प्रमुख कर्मचारियों के रिज्यूमे
4. विज्ञापन/विपणन सामग्री
5. जनसंपर्क/प्रचार 6. ब्लूप्रिंट/योजनाएं

7. उपकरणों की सूची 8. बाजार
अनुसंधान अध्ययन

9. संपाशक के रूप में उपयोग की जा सकने वाली संपत्तियों की सूची

आप कोई अन्य सामग्री भी शामिल कर सकते हैं जो पाठकों को आपके व्यवसाय की पूरी तस्वीर देगी या आपकी योजना में आपके द्वारा किए गए अनुमानों और धारणाओं का समर्थन करेगी। उदाहरण के लिए, हो सकता है कि आप अपने प्रस्तावित स्थान की तस्वीरें, आपके द्वारा पेटेंट कराए जा रहे उत्पाद के चित्र या तस्वीरें, या आपके बाजार की अनुमानित वृद्धि को दर्शाने वाले चार्ट शामिल करना चाहें।

परिशिष्टों की समीक्षा करने के बाद, पाठक को संतुष्ट महसूस करना चाहिए कि पूरी योजना में मान्यताओं का समर्थन प्रलेखन और साक्ष्य द्वारा किया जाता है।

X. निर्देश: योजना को परिष्कृत करना

अपनी विशिष्ट आवश्यकताओं, दर्शकों और उद्योग के लिए अपनी व्यावसायिक योजना को संशोधित करें। मदद करने के लिए यहां कुछ दिशानिर्देश दिए गए हैं:

बैंकों से पूंजी जुटाने के लिए

बैंकर जानना चाहते हैं कि आप ऋण चुकाने में सक्षम होंगे। यदि व्यवसाय योजना बैंकों या अन्य उधारदाताओं के लिए है, तो इसमें शामिल हैं:

- आप कितना पैसा मांग रहे हैं • आप पैसे का उपयोग कैसे करेंगे
- यह कैसे आपके व्यवसाय को मजबूत बनाएगा
- अनुरोधित चुकौती शर्तें (चुकौती के लिए वर्षों की संख्या)
- आपके पास कोई संपार्श्विक और आपके संपार्श्विक के विरुद्ध सभी मौजूदा ग्रहणाधिकारों की सूची

निवेशकों से पूंजी जुटाने के लिए

निवेशक नाटकीय वृद्धि की तलाश में हैं, और वे पुरस्कारों में हिस्सेदारी की उम्मीद करते हैं। यदि व्यवसाय योजना निवेशकों के लिए है, तो इसमें शामिल हैं:

- निवेश राशि जो आपको अल्पकालिक चाहिए
- निवेश राशि जो आपको दो से पांच वर्षों में चाहिए होगी
- आप पैसे का उपयोग कैसे करेंगे और यह आपके व्यवसाय को बढ़ाने में कैसे मदद करेगा • निवेश पर अनुमानित लाभ
- निवेशकों के लिए बाहर निकलने की रणनीति (बायबैक, बिक्री या आईपीओ)
- स्वामित्व का प्रतिशत जो आप निवेशकों को देंगे
- मील के पत्थर या शर्तें जिन्हें आप स्वीकार करेंगे
- वित्तीय रिपोर्टिंग जो आप निवेशकों को प्रदान करेंगे
- निवेशक बोर्ड में या प्रबंधन में कैसे शामिल होंगे

एक विनिर्माण व्यवसाय के लिए

- अपने उत्पाद/उत्पादों के निर्माण में शामिल कार्यों की व्याख्या करें।
- किस उपकरण की आवश्यकता है? उपकरण की उत्पादन/क्षमता सीमाएं क्या हैं?
- प्रस्तावित भौतिक संयंत्र की उत्पादन/क्षमता सीमाएं क्या हैं?
- क्या विशेष श्रम की आवश्यकता है? • निर्माण के लिए आपको किन कच्चे माल की आवश्यकता है? क्या इनके भंडारण के लिए कोई विशेष आवश्यकताएं हैं? • आप किन गुणवत्ता नियंत्रण प्रक्रियाओं का प्रयोग करेंगे? • आप इन्वेंट्री स्तरों का प्रबंधन कैसे करेंगे?
- आपकी आपूर्ति श्रृंखला क्या है?
- आपके द्वारा विकसित किए जा रहे किसी भी नए उत्पाद या स्टार्टअप के बाद विकसित करने की आपकी योजना के बारे में बताएं।

सेवा व्यवसाय के लिए

- अपनी कीमतों और उन्हें सेट करने के तरीकों के बारे में बताएं। • सेवाओं की लगातार सुपुर्दगी सुनिश्चित करने के लिए आप किन प्रणालियों और प्रक्रियाओं का उपयोग करेंगे? • आप किन गुणवत्ता नियंत्रण प्रक्रियाओं का प्रयोग करेंगे?
- आप कर्मचारी उत्पादकता को कैसे मापेंगे?
- क्या आप अन्य व्यवसायों को कोई काम उपठेके पर देंगे? यदि हां, तो कितने प्रतिशत कार्य उप ठेके पर दिये जायेंगे? क्या आप उप-ठेकेदारी पर लाभ कमाएंगे?
- अपने क्रेडिट, भुगतान और संग्रहण नीतियों और प्रक्रियाओं की व्याख्या करें। • आप अपने ग्राहक आधार को कैसे बनाए रखेंगे और लंबी अवधि के अनुबंध प्राप्त करेंगे? • स्टार्टअप के बाद आपके द्वारा विकसित की जा रही किसी भी नई सेवाओं या सेवाओं के बारे में बताएं जिन्हें आप जोड़ने की योजना बना रहे हैं।

एक खुदरा व्यापार के लिए

- उन विशिष्ट ब्रांडों की सूची बनाएं जिन्हें आप ले जाने की योजना बना रहे हैं जो आपको प्रतिस्पर्धात्मक लाभ प्रदान करेंगे।
- आप इन्वेंट्री का प्रबंधन कैसे करेंगे? आप किस सूची प्रबंधन सॉफ्टवेयर का उपयोग करेंगे?
- आप किस प्रकार के भुगतान स्वीकार करेंगे? आप किस भुगतान प्रसंस्करण सेवा का उपयोग करेंगे? • आप किस पॉइंट-ऑफ़-सेल सॉफ्टवेयर और हार्डवेयर का उपयोग करेंगे? • अपनी मार्कअप नीतियों की व्याख्या करें। आपकी कीमतें लाभदायक, प्रतिस्पर्धी और आपके ब्रांड के अनुरूप होनी चाहिए। • आरंभिक इन्वेंट्री स्तर: उद्योग की औसत वार्षिक इन्वेंट्री टर्नओवर दर (आरएमए में उपलब्ध) का पता लगाएं

पुस्तक)। अपने आरंभिक इन्वेंट्री निवेश को औसत टर्नओवर दर से गुणा करें। परिणाम आपके द्वारा बेचे गए माल की पहले वर्ष की अनुमानित लागत के कम से कम बराबर होना चाहिए। यदि नहीं, तो आपको स्टार्टअप इन्वेंट्री के लिए अधिक बजट की आवश्यकता हो सकती है।

- आपकी ग्राहक सेवा नीतियां क्या हैं? • आप रिटर्न और एक्सचेंज को कैसे संभालेंगे? • क्या आपके खुदरा स्टोर में भी कोई ई-कॉमर्स साइट होगी, या भविष्य के लिए योजना बनाई गई है?

एक ईकॉमर्स व्यवसाय के लिए

- क्या आप एक भौतिक उत्पाद, एक सेवा, एक डिजिटल उत्पाद (जैसे ईबुक) या कुछ संयोजन बेचेंगे? ये?
- यदि आप भौतिक उत्पाद बेच रहे हैं, तो आप उन्हें कैसे ब्रांड और पैकेज करेंगे?
- क्या आप अपनी वेबसाइट, ऑनलाइन मार्केटप्लेस (जैसे अमेज़न) या दोनों पर बिक्री करेंगे?
- अपनी ई-कॉमर्स साइट को चलाने के लिए आप किन तकनीकी प्रदाताओं और प्लेटफॉर्म का उपयोग करेंगे?
 - ओ वेब होस्टिंग सेवा
 - ओ वेब डिजाइन सेवा
 - ओ शॉपिंग कार्ट प्रदाता
 - भुगतान प्रसंस्करण सेवा
 - पूर्ति और शिपिंग सेवाएं
 - ईमेल मार्केटिंग सेवाएं • क्या आपके

द्वारा चुने गए समाधानों को आवश्यकतानुसार जल्दी से बढ़ाया या घटाया जा सकता है?

- आपको अपने उत्पाद कहां मिलेंगे? क्या आप इनका निर्माण इन-हाउस करेंगे, इन्हें निर्माताओं से खरीदेंगे या ड्रॉप शिपर्स का उपयोग करेंगे? • आप रिटर्न और एक्सचेंज को कैसे संभालेंगे? • आपकी ग्राहक सेवा नीतियां क्या हैं? आप ग्राहक सेवा कैसे प्रदान करेंगे? • क्या आप अपनी खुद की किसी मालिकाना तकनीक का उपयोग करेंगे और यदि हां, तो इससे आपको क्या लाभ मिलते हैं?

सॉफ्टवेयर या SaaS व्यवसाय के लिए

- आपका मूल्य निर्धारण ढांचा क्या है? क्या आप निःशुल्क परीक्षण, "फ्रीमियम" या सशुल्क व्यवसाय मॉडल का उपयोग करेंगे? • यदि आप निःशुल्क सेवाएं या निःशुल्क परीक्षण विकल्प प्रदान करते हैं, तो आप ग्राहकों को भुगतान मॉडल पर कैसे बेचेंगे? कितने प्रतिशत ग्राहकों के भुगतान करने वाले ग्राहक बनने की उम्मीद है? • क्या आपने अपने सॉफ्टवेयर का परीक्षण किया है? क्या कोई "शुरुआती अपनाते वाले" पहले से ही उत्पाद का उपयोग कर रहे हैं? • आवर्ती राजस्व बनाने के लिए आप लंबी अवधि के अनुबंधों को कैसे प्रोत्साहित करेंगे? • आप तेजी से बदलते बाजारों, प्रौद्योगिकियों और लागतों का प्रबंधन कैसे करेंगे?

- आप अपनी कंपनी को प्रतिस्पर्धी कैसे रखेंगे?
- क्या आप इन-हाउस डेवलपर्स का उपयोग करेंगे या इस फ़ंक्शन को आउटसोर्स करेंगे? • आप ग्राहक सहायता कैसे प्रदान करेंगे? • आप प्रमुख कर्मियों को कैसे बनाए रखेंगे? • क्या आप किसी स्वामित्व या विशिष्ट सॉफ्टवेयर का उपयोग कर रहे हैं जो आपको प्रतिस्पर्धा में बढ़त प्रदान करेगा?

- आप अपनी बौद्धिक संपदा की रक्षा कैसे करेंगे? • लॉन्च के बाद आप किन अतिरिक्त उत्पादों या मौजूदा उत्पादों के अपडेट की योजना बना रहे हैं?

अब जब आप (लगभग) समाप्त हो चुके हैं। . .

वापस जाना याद रखें, और कार्यकारी सारांश को पूरा करें। _____

सभी कार्यपत्रकों और कार्यकारी सारांश को भरने के बाद, उनका प्रिंट आउट लें और आपके पास एक व्यवसाय योजना है। अपनी योजना की समीक्षा करने और उसे परिशोधित करने के लिए SCORE सलाहकार के साथ काम करें।