**Mẫu sườn kế hoạch kinh doanh bản full**

[Mẫu sườn kế hoạch kinh doanh bản tổng thể](http://www.slideshare.net/KimThuan1/mu-sn-k-hoch-kinh-doanh-bn-full) cho các doanh nghiệp huy động vốn, kêu gọi đầu tư, ký kết hợp đồng…

1. **Tóm tắt dự án**

**Công ty bắt đầu như thế nào? Mục tiêu ban đầu là gì?**

**1.1 Mục tiêu**

Mục tiêu mà công ty đang hướng đến là gì?

**1.2 Sứ mệnh?**

Giá trị mà công ty mang tới cho những bên liên quan (bao gồm: khách hàng, nhân viên, nhà cung cấp và xã hội) là gì?

**1.3 Mô hình hoạt động**

Mô hình tạo ra giá trị cho doanh nghiệp, mô hình càng đơn giản càng dễ mở rộng thì càng mang lại hiệu quả cao.

**1.4 Chìa khoá thành công**

Các yếu tố cốt lõi tạo nên thành công của doanh nghiệp là gì? (nên nêu ra 3 đến 4 yếu tố quan trọng)

**1.5 Lý do nên đầu tư vào công ty?**

Phần này có thể có hoặc không tuy nhiên nếu huy động vốn thì nên nêu vắn tắt lý do xác đáng.

**2.0 Giới thiệu công ty**

**2.1 Thông tin chung**

Tên công ty, văn phòng, xưởng sản xuất, đt, fax, website, email, người đại diện, mã số doanh nghiệp, người đại diện…

**2.2 Lịch sử hình thành và phát triển**

Giới thiệu đôi nét về quá trình hình thành và phát triển của doanh nghiệp, các mốc thời gian quan trọng, những thành tựu quan trọng mà công ty đã đạt được.

**2.3 Phân tích SWOT công ty**

Điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của doanh nghiệp là gì?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Bên trong | Điểm mạnh | Điểm yếu |
|  |  |
| Bên ngoài | Cơ hội | Thách thức |
|  |  |

**3.0 Sản phẩm và Dịch vụ**

**3.1 Mô tả sản phẩm dịch vụ**

Các sản phẩm dịch vụ mà công ty cung cấp là gì? Trong mỗi tầng sản phẩm dịch vụ có các sản phẩm dịch vụ nào?

**3.2 So sánh cạnh tranh**

Lợi ích chính của sản phẩm dịch vụ là gì? Tại sao khách hàng nên tin dùng sản phẩm dịch vụ?

Điểm mạnh, điểm yếu chính của sản phẩm, dịch vụ mà công ty cung cấp là gì?

Mô hình: chuỗi giá trị (các yếu tố quan trọng tạo nên năng lực cạnh tranh tổng hợp cho các nhóm sản phẩm dịch vụ của công ty)

**3.3 Công nghệ sản xuất**

Công nghệ áp dụng trong việc sản xuất hoặc cung cấp dịch vụ là gì?

**4.0 Phân tích thị trường**

**4.1 Phân tích vĩ mô**

**4.1.1 Môi trường kinh tế**

Tốc độ phát triển của nền kinh tế, lãi suất, lạm phát, dự đoán phát triển

**4.1.2 Môi trường nhân khẩu**

Dân số, phân bố dân cư, trình độ học vấn kiến thức…

**4.1.3 Môi trường văn hóa xã hội**

Quan điểm, sở thích, thói quen mua hàng… và những đặc điểm văn hóa khác có thể tác động đến hoạt động sản xuất kinh doanh.

**4.1.4 Môi trường công nghệ**

Công nghệ không ngừng phát triển và thay đổi cuộc sống và thay đổi xu hướng thị trường. Nêu nên 1 vài xu hướng công nghệ đáng quan tâm (có thể ảnh hưởng đến sự tồn tại và phát triển của công ty. VD: Sự phát triển của công nghệ thông tin làm thay đổi thói quen mua sắm của người tiêu dùng)

**4.1.5 Môi trường chính trị pháp luật**

Đặc điểm chính trị, phát luật của quốc gia mà công ty tham gia hoạt động. Sự ổn định của chính trị pháp luật là tiền đề thuận lợi cho doanh nghiệp đẩy mạnh đầu tư mở rộng phát triển.

Những bộ luật có ảnh hưởng lớn đến sự hoạt động của công ty(VD: luật doanh nghiệp, luật xuất nhập khẩu, luật thương mại điện tử…)

**4.2 Phân tích vi mô**

**4.2.1 Qui mô thị trường**

Dựa trên số liệu thống kê để tính toán qui mô (bằng tiền) của thị trường?

**4.2.2 Phân khúc thị trường**

Có những cách phân khúc thị trường chính nào? Đặc điểm của từng phân khúc thị trường?

**4.2.1 Phân tích đối thủ cạnh tranh**

Các đối thủ cạnh tranh chính trên thị trường là ai?

Điểm mạnh điểm yếu của đối thủ?

Đặc điểm, xu hướng cạnh tranh trong ngành là gì? (VD: tập trung cải tiến công nghệ hay tập trung giảm giá thành sản phẩm…)

Đối thủ cạnh tranh gián tiếp (cùng ngành khác phân khúc) là ai?

**4.2.2 Nhà cung cấp**

Các nhà cung cấp chính của doanh nghiệp (đối tác bán hàng, đối tác cung cấp các tư liệu sản xuất như máy móc, giấy…)

Uy tín của các nhà cung cấp như thế nào? Có ảnh hưởng gì đến hoạt động của doanh nghiệp không?

**4.2.3 Phân tích khách hàng**

Khách hàng của công ty là ai? Các cách thức tiếp cận phổ biến thường được áp dụng đối với đối tượng khách hàng này?

Khả năng đàm phán về giá cũng như lợi thế của khách hàng có lớn không? (nếu thị trường độc quyền thì thị khả năng đàm phán là không lớn, ngược lại thị trường phân tán thì khách hàng có lợi thế đàm phán tốt hơn)

**4.2.4 Sản phẩm thay thế**

1 vài sản phẩm dịch vụ chính có thể thay thế cho sản phẩm dịch vụ của công ty

**4.2.5 Tương lai của ngành**

1 vài nhận định quan trọng của công ty về xu hướng của ngành trong tương lai: ngắn hạn (dưới 1 năm) trung và dài hạn (1 đến 5 năm)?

**4.3 Định hướng phát triển**

Chiến lược phát triển quan trọng mà công ty theo đuổi (VD: tập trung cải tiến chất lượng dịch vụ hay tập trung mở rộng thị trường) trong ngắn và dài hạn cho phù hợp với tình hình?

**5.0 Kế Hoạch Marketing**

Mục tiêu của các chiến lược marketing mà công ty thực hiện (mở rộng thị trường, tăng cường khả năng nhận diện thương hiệu hay hỗ trợ bán hàng…)

**5.1 Phân tích thị trường mục tiêu**

Khách hàng mục tiêu của doanh nghiệp là ai?

Thị trường mục tiêu của doanh nghiệp là ở đâu?

Nhu cầu của thị trường là gì?

**5.2 Chiến lược Marketing**

Chiến lược marketing của công ty là gì?

Marketing 4Ps: giá, sản phẩm, quảng bá, phân phối? 7Ps

**5.3 Kênh Marketing**

Các kênh marketing chủ lực của doanh nghiệp? (1 số kênh marketing chủ lực: TV, đài, treo banner logo, event, activation, POSM dán poster…tùy tình hình tài chính và mức độ phù hợp mà công ty lựa chọn các kênh và cách thức marketing phù hợp)

**5.4 Tổ chức chiến dịch Marketing**

+ Lợi ích sản phẩm : Lý tính và cảm tính – Thập đại lợi ích  
+ Thông điệp USP  
+ 5W1H  
  
Công ty có kế hoạch tổ chức những chương trình marketing gì? Tổ chức như thế nào?

**5.5 Chiến lược thương hiệu**

Logo của công ty là gì?

Slogan của công ty là gì?

Định vị thương hiệu :?

Triết lý thương hiệu ?

Tính cách thương hiệu ?

Giá trị cảm nhận là gì? Đồng bộ hình ảnh như thế nào?

Chiến lược xây dựng và quản lý thương hiệu như thế nào? (thương hiệu sẽ ở đâu trong ngắn và dài hạn? làm sao để phát triển thương hiệu?)

Công ty có kế hoạch bảo hộ thương hiệu không? Chi phí và qui trình như thế nào?

5.7 Tổ chức hoạt động ATL truyền thông thương hiệu

**6.0 Kế hoạch bán hàng**

**6.1 Mục tiêu bán hàng**

Mục tiêu bán hàng của công ty trong từng giai đoạn (doanh thu, doanh số, giá bán…)?

Các cơ sở để đạt được mục tiêu?

**6.2 Kênh bán hàng**

Các kênh bán hàng nào sẽ được công ty sử dụng?

Cách thức tổ chức các kênh bán hàng ( bán hàng trực tiếp hay qua đại lý, hệ thống đại lý tổ chức như thế nào, có nhân viên bán hàng cộng tác viên hay không…)

Làm sao để gia tăng hiệu quả của các chương trình bán hàng?

**6.3 Tổ chức chương trình bán hàng (nếu có. VD: chương trình bán hàng giảm giá, khuyến mãi, chiết khấu cho đại lý…)**

**6.4 Tổ chức hoạt động bán hàng**

Sơ đồ triển khai hoạt động bán hàng? Kế hoạch xây dựng hệ thống, hoàn thiện mô hình, triển khai chương trình bán hàng…

**7.0 Kế hoạch nhân sự**

7.1 Mô hình tổ chức

Sơ đồ tổ chức?

Cơ cấu nhiệm vụ các phòng ban?

**7.2 Đội ngũ quản lý**

Hội đồng quản trị gồm những ai? 1 vài thông tin quan trọng về các thành viên chủ chốt như: tên, tuổi, bằng cấp, kinh nghiệm, kỹ năng, điểm mạnh yếu…

Ban giám đốc gồm những ai? 1 vài thông tin quan trọng như trên.

Những nhân vật có tầm ảnh hưởng quan trọng khác: kế toán trưởng, cố vấn…?

**7.3 Chính sách nhân sự**

Nhân sự của công ty qua các thời kỳ (hàng năm) là bao nhiêu? Mức lương căn bản qua các năm là bao nhiêu?

Chế độ thời gian làm việc, qui định về ngày nghỉ…

Chính sách đào tạo, tuyển dụng, khen thưởng của công ty là gì?

Kế hoạch phát triển hệ thống nhân sự?  Cách thức gia tăng hiệu quả của hệ thống nhân sự?

**7.4 Phong cách lãnh đạo và văn hóa doanh nghiệp**

Phần này không bắt buộc nhưng theo [Kế Hoạch Việt](http://kehoachviet.com/ke-hoach-viet/) Group thì nên có.

**8.0 Kế hoạch tài chính**

Phần tài chính thì căn cứ vào báo cáo tài chính trong quá khứ và các thông tin liên quan đến hoạt động bán hàng: doanh thu, doanh số… để cân đối với kế hoạch marketing, bán hàng, nhân sự…

Chiến lược tài chính của doanh nghiệp: làm sao tối ưu hóa dòng tiền? dự phòng rủi ro như thế nào? Công ty có thể huy động tài chính từ đâu?…

**8.1 Kế hoạch huy động và sử dụng vốn**

Nhu cầu đầu tư là bao nhiêu?

Phân bổ vào những việc gì?

Phân tích các chỉ số đầu tư? (ROA,ROE, NPV, IRR…)

**8.2 Giả định quan trọng**

**8.3 Phân tích điểm hoà vốn**

**8.4 Kết quả hoạt động kinh doanh**

**8.4.1 Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh hiện tại**

**8.4.2 Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh dự kiến**

**8.5 Bảng lưu chuyển tiền tệ dự kiến**

**8.5.1 Bảng lưu chuyển tiền tệ hiện tại**

**8.5.2 Bảng lưu chuyển tiền tệ dự kiến**

**8.6 Bảng cân đối kế toán**

**8.6.1 Bảng cân đối kế toán hiện tại**

**8.6.2 Bảng cân đối kế toán dự kiến**

**8.7 Bảng chỉ số tài chính**

**9.0 Phụ lục**

**Các kế hoạch khác**

1. Kế hoạch Truyền thông
2. Kế hoạch Quảng cáo
3. Kế hoạch PR
4. Kế hoạch chăm sóc khách hàng
5. Kế hoạch Content marketing
6. Tối ưu tỷ lệ chuyển đổi
7. Kế hoạch Social media
8. Kế hoạch content marketing/ SEO/ Viral/Video…

Vinalink tổng hợp và hiệu đính cho chuẩn hơn

Tham khảo thêm : <http://vinalink.vn> và <http://vinalink.edu.vn>