

İş Planı Template	
1. İş Fikri ve tanımı:	
2. İş fikrini seçmenin sebebi:	
3. Genel olarak İş kurma süreci planı (neler yapılacak):	
4. Kısa, orta, uzun dönemli hedefler	
5. İşletme yapısı, işin kurulması için gereken evraklar, ruhsatlar ve diğer resmi dokümanlar	
6. Pazar / Sektör Analizi	
6.1. Hedef Müşteri Kitlesi:	
6.2. Pazar Yapısı:	
6.3. Rakipler:	
6.4. Bariyerler:	
6.5. Fırsatlar:	
7. Pazarlama Planı	
7.1. Ulaşmak istediğimiz hedef kitle ve nasıl erişilebileceği	<i>Hedef kitlem kim? Hangi müşterilere ulaşmak istiyorum? Demografik özellikleri neler, yaşam tarzları, çalışma durumları, harcama alışkanlıkları nasıl?</i>
7.2. Ürün / Hizmet tanımı:	<i>ürün gamı, vadeleri, ..</i>
7.3. Fiyatlama Stratejisi:	<i>Fiyatlama stratejisi nasıl belirlendi? Rakiplerin muadil ürünlerde fiyatlarına bakıldı mı?</i>
7.4. Tanıtım, duyuru aktiviteleri:	<i>Ürün / Hizmet tanıtım, duyuru ve aktivite planı (geleneksel ve sosyal medya kullanımı, lansman yapılacaksa nerede/nasıl, ..)</i>
7.5. Pazarlama hedefi / hedefleri	<i>hedef kitleye ulaşmak üzere hangi mecralar, ne sıklıkta kullanılacak; kampanya planlaması; nasıl bir bütçe gerekecek</i>
8. Satış Planı	
8.1. Satış stratejisi (bölge, kanal,direkt dağıtım veya distribütörle dağıtım..)	
8.2. Satış hedefi (toplamda / ürün / hizmet /kanal / bölge bazında aylık):	<i>tablo hazırlanmalı</i>
8.3. Dağıtım Kanalları:	<i>bakkal, market, internet, açık pazar,büyük süpermarketler, yerinde tüketim kanalları (restoran / cafe / okul vb)</i>
8.4. Dağıtım noktaları aktivite planları:	<i>Satış noktası raf anlaşmaları, promosyon planları, stand planları vb.</i>
9. SWOT Analizi	
9.1. Güçlü Yanlar:	<i>Temel yetkinlikler; rakiplere göre güçlü yanlar; sizde olan / rakiplerde olmayan kaynak ve kapasite; rakipler hangi konularda sizi güçlü buluyorlardır</i>
9.2. Zayıf Yönler:	<i>Zayıf olduğunuzu düşündüğünüz konular; rakiplerin size göre daha iyi yaptıkları; rakiplerde olan / sizde olmayan kaynak ve kapasite; rakipleriniz hangi konularda sizi daha zayıf buluyorlardır</i>
9.3. Fırsatlar:	<i>Hangi gelişmeler, şartlar Şirketinizi olumlu etkileyebilir; şirketinizin önünde fırsat olarak gördüğünüz konular hangileri</i>
9.4. Tehditler:	<i>Şirketinizi olumsuz etkileyebilecek ekonomik koşullar, değişen kamu / yasal düzenlemeler, rekabetin / rakip firmaların durumu ve diğer</i>
10. Ürün / Hizmet Planı	
10.1. Ürün /üretim hedefi:	
10.2. Ürün / Hizmet süreç aşamaları:	
10.3. İş akış geması:	
10.4. Gerekli belge, standart, ruhsat, izinler:	
11. Finansal Plan	
11.1. Yatırım maliyeti:	<i>Yatırım maliyeti işinizi kurduğunuzda bir seyerlik oluşacak maliyetlerdir. Bana bir örneğinizi maksimum maliyet, üretim tesisi olacaksa tesise alacağınız masa, sandalye, boya yaptırma vb gibi diğer dekorasyon maliyetleri, ofis için alacağınız bilgisayar, fax, telefon maliyetleri, Ofis programları gibi yazılım maliyeti ve tabii eğer bir web sitesi ve e-ticaret sitesi yapacağınızsa bunun aylık oluşacak aylık aylık maliyetleri ise her ay oluşacak maliyetleri gösterin. Tüm yatırım maliyetleri muhtemelen 2-3 kezdir. Operasyonel maliyetlerin en büyük iki kalemi kira ve çalışanların maaşlarıdır. Bunların dışında elektrik, su gibi maliyetler, telefon faturaları, üretilen malların ve hizmetin maliyeti, benzin, taşıma, reklam maliyetlerinin hepsi buraya girer. Burada da bir tablo hazırlanmalıdır.</i>
11.2. İşletme giderleri / Operasyonel maliyetler:	
11.3. Gelir projeksiyonu; başabaş ve kara geçme noktaları:	<i>doldurmanız gerekir. Bunları altalta yazdıktan sonra aylık toplam gelir tahminimize ulaşabiliriz. Burada da bir tablo yapılması beklenmektedir. Toplam giderimiz aynı zamanda bizim yaklaşık başabaş noktamızı belirleyecektir. Dolayısı ile toplam giderin üzerinde kazandığımız her TL vergi öncesi karımıza sayılacaktır.</i>
12. Organizasyon Yapısı	