

تنظيم المشاريع

تطوير مخطط لخطة العمل

بمجرد جمع كافة الوثائق، يمكن استخدامه لإنشاء المخطط التفصيلي. مثل أي وثيقة مهمة أخرى، يجب أن يكون لخطة العمل مخطط قبل كتابتها. في هذه الحالة، يمكن للعناصر توجيه المخطط التفصيلي.

- **ورقة الغلاف** – تتضمن الاسم والعنوان والعنوان
- **جدول المحتويات**
- **ملخص تنفيذي** – نظرة عامة، بيان المهمة، الفرصة، المتطلبات، المنافسين، المزايا، إلخ.
- **تحليل السوق** – السوق المستهدفة، والاتجاهات، والبحوث، والاستراتيجية
- **وصف الشركة** – المهمة، نموذج الأعمال، العلاقات الاستراتيجية، والاستراتيجية
- **إدارة المنظمة** – الهيكل، الموقع، الموظفين، الأمن، التأمين، المحاسبة
- **المبيعات والتسويق** – طريقة البيع والتسويق والعلامات التجارية والشبكات والاستراتيجيات والحوافز
- **المنتج / الخدمة** – تعريف المنتج وأي خطط للتوسع.
- **التمويل / المالية** – الاحتياجات المالية، التدفق النقدي، التشتت، توقعات الثلاث سنوات، الميزانية العمومية، تحليل التعادل، التاريخ المالي، التحليل
- **الوثائق الداعمة** – تشمل السير الذاتية والبيانات المالية وتقارير الائتمان والمراجع والوثائق القانونية وغيرها من الوثائق.

وستواجه معظم المشاريع الجديدة منافسة. من النادر أن يأتي الناس بأفكار أصلية حقاً، والعديد من هذه التعديلات هي تعديلات للأسواق الراسخة (على سبيل المثال، بث الفيديو عبر متاجر الإيجار). بمجرد أن تعرف سوقك، يجب أن تكون وظيفتك الأولى هي تحديد المنافسة. وستكون منافستك الرئيسية هي الأقرب إلى منتجك/خدمتك. على سبيل المثال، المقهى ليس المنافس الرئيسي للمطعم.

بمجرد تحديد منافسيك، حدد نقاط القوة والضعف الخاصة بهم لإعطاء نفسك ميزة. إيلاء اهتمام وثيق لأهدافها ونرى كيف تقارن. تركز بعض الشركات على تجربة العملاء بينما تركز شركات أخرى فقط على انخفاض الأسعار. إن الاهتمام بالأهداف سوف يظهر نقاط الضعف التي يمكنك استغلالها.

توظيف محاسب

يجب أن يكون لديك محاسب موثوق به من البداية. عند العثور على محاسب، تريد شخص ما أن يفعل أكثر من إعداد الضرائب. تريد شخصاً يقدم المشورة لعملك. ضع بعض الأمور في الاعتبار عند اختيار المرشحين:

- خبرة مع نوع عملك
- الخبرة في الصناعة
- الخدمات المقدمة
- هل ستعمل مباشرة مع المحاسب؟