



نام کسب و کار

لا مینو

موضوع کسب و کار

تسرایوم

بنیانگذاران

محمد حسین میزنده دل و محمد حسین متوسلی

آدرس و شماره ی تماس

۰۲۱۲۲۵۵۳۳۲۱

تهران - پاسداران - ربابی جنوبی - حمید غفوری - پلاک 3



فهرست

1. شرح کسب و کار
2. منابع انسانی
3. تجهیزات مورد نیاز
4. سازمان (حقوقی) کسب و کار
5. موقعیت و محل استقرار
6. طرح تولید
7. طرح بازاریابی
8. طرح مالی
9. استراتژیها و طرحهای توسعه
10. خلاصه مدیریتی



شرح کسب و کار

ماموریت :

مسئولیت ما اینست که هر کسی به لامپش نگاه می‌کند حالتش خوب بشه...

چشم انداز :

ما در تلاش هستیم تا در آینده ای نزدیک (کمتر از شش ماه) بتوانیم بخش عمده ای از بازار نوین چراغ خواب تراسریوم را بدست بگیریم و بدون واسطه این محصولات زیبا را در اختیار مشتریان عزیز بگذاریم.

و در گام بعدی فروش این ایده برای تجاری سازی و بهره برداری مناسب...



بازار هدف

مشتریان ما: بانوان 20 تا 35 ساله قشر متوسط رو به بالا و علاقمند به هنر و تزئین منزل هستند.

قیمت ما نسبت به رقبا پایین و رقیب جدی در حال حاضر نداریم و طرحی جدید و نو داریم. و این باعث افزایش مشتریان می شود.

ما در آیفانوس ابی هستیم و خیلی رقیب جدی نداریم البته باید مراقب راحتی برداشت ایده باشیم و از آلو برداری ایده ممنوعت کنیم ...



برنامه ها

اهداف کوتاه مدت (۱ ماه) :

- گرفتن یک کتش بازار (50 عدد در ماه)
- پیدا کردن شرکا برای ساخت (متخصص ساخت)
- پیدا کردن و خرید ارزان ترین مواد اولیه
- پیدا کردن نیرو کار (کارگر ساخت)
- ساخت نمونه ی اولیه

اهداف میان مدت (۶ ماه) :

- ثبت ایده
- مذاکره با کارخانه ها برای ساخت
- ساخت حداقل ۴۰۰ محصول



قیمت گذاری

شرح قیمت گذاری:

ما در ابتدا با طرح های ساده شروع می کنیم تا بتوانیم با قیمت مواد اولیه کمتری روبرو شویم. و با حاشیه سود ملایمی ادامه می دهیم تا زمانی که در بازار جا بیفتیم و بتوانیم هزینه ها را کم کنیم تا به حاشیه سود اضافه کنیم.

بازار هدف ما حاشیه کمی نسبت به قیمت دارد.

ما بخاطر متمایز بودن و رهبری قیمت مشتریان را جذب خود کرده و در بازار با رقبا اختلاف ایجاد می کنیم.

قیمت محصول ما نشان دهنده کیفیت ارزش محصول ماست ولی نه زیاد تر از حد

ما برای مناسبتهای مختلف برنامه هایی برای تخفیف دادن و گذاشتن پیشنهاد های ویژه داریم که این باعث بالا تر رفتن میزان فروش می شود (روز مادر و ...)



قیمت گذاری

نوع قیمت گذاری:

ما قیمت گذاری جدید را انتخاب می کنیم ...

ما اول قیمت رقبا و بازار را می بینیم و سپس قیمت تمام شده را متناسب با آن تنظیم می کنیم.

قیمت گذاری:

قیمت بازار: البته که در این نوع محصول رقیبی وجود ندارد ولی قیمت حدودی ۶۰ تومان ...

قیمت مواد اولیه ۴۰ و سود ۱۰ تومان



منابع انسانی

هر یک از بخش‌های گوناگون شرکت به چند نفر پرسنل نیاز دارد؟
 ما به دو کارگر با سلیقه (ترجیحاً خانم باشد) یک حسابدار یک توزیع کننده یک تهیه کننده مواد اولیه

مهارت و تحصیلات پرسنل باید در چه سطحی باشد؟

حسابدار: فوق دیپلم حسابداری

کارگرها: بدون تحصیل --- (یا برق کار) تجربه‌ی کارهای الکتریکی

توزیع کننده: روابط عمومی / دیپلم کافی است ...

تهیه کننده مواد اولیه: لیانس

چه نوع روابط سازمانی باید بین آنها برقرار باشد؟

اول تهیه کننده بعد به کارگرها بعد توزیع کننده و بعد حسابدار حکم ناظر را در کسب و کار ما دارد و باید از اتفاقات خبر داشته باشد و بقیه باید به جوابگو باشند.



تجهیزات مورد نیاز

ردیف	اقلام	تعداد	مشخصات	قیمت
۱	تلفن	۱	ساده	۲۰۰ هزار تومان
۲	غرفه	۱	غرفه در مترو یا پارک	۱۰ میلیون تومان
۳	لینن	۲	برای گذاشتن گل در لامپ	۳۰ هزار تومان
۴	سیم چین	۲	کوچک و ارزان	۱۰۰ هزار تومان



سازمان حقوقی کسب و کار

سازمان ما یک تولیدی کوچک است که با مدیریت دو نفر اداره می شود.
در این تولیدی افرادی که تولید کننده هستند در زیر نظر مدیران کار میکنند.

نام شرکت:

نام این شرکت = تولیدی چراغ های تزئینی لامپنو است



موقعیت و محل استقرار

محل استقرار و فروش ما جایی است که در مدت زمانی کوتاه بازدیدکننده های زیادی داشته باشد...

مترو

پارک

خیابانها

خیابان

گذرگاه ها و ...

که قیمت اجاره این این ها متفاوت است و برای مثال قیمت اجاره ی مترو تقریباً



طرح تولید

طرح و روند تولید ما عبارتند از:

ابتدا خرید جناب لامپ (15 تومان)

کار گذاری مدار الکتریکی درون لامپ و چراغ و باتری (10 تومان)

تنظیم درون لامپ با گل و گیاه و ... (10 تومان)

طراحی طرح بسته بنده

چاپ و ساخت بسته

بسته بندی

ارسال به فروشگاه

و فروش

طرح های فصلی



بهار



تبریز



زمستان



زمستان



طرح بازاریابی

توضیح بازار هدف

محصول ما چراغ خواب تزئینی

کاربرد محصول ما روشنایی و زیبایی خانه در شب

طول عمر آن 2 سال است

تنوع در مدل ها، فعلا یک نوع ثابت

دلیل خرید مشتری تمایز و قیمت کم

مشتریان ما بیشتر روز های مناسبی و تخفیف دار خرید می کنند!

مشتریان ما علاوه هنری و آرامش بخش بودن آن

انتظارات مشتریان در مورد قیمت اهمیت زیادی ندارد ولی کیفیت به

مشتریان ما به کیفیت بیشتر از قیمت می دهند.



طرح بازاریابی

طرح های تبلیغاتی و پیشبرد فروش

عمده‌ی کارهای تبلیغاتی ما بر روی محصولاتمان هست یعنی بسته بندی و لوگو و وسوسه‌ی مشتری‌ها برای خرید محصول.

اما وقتی محل استقرار ما مشخص شد در اطراف آنجا به صورت سنتی تبلیغات را افزایش داده و الگوش بازار تقاضای مشتری را به ما نشان داد و امکان تولید انبوه را داشتیم تبلیغ در فضای مجازی را آغاز می‌کنیم.



طرح بازاریابی

خرید و کنترل موجودی

• روش ما برای کنترل ورودی و خروجی

در ابتدای کار روش ما برای حابرسی به صورت ساده و با نرم افزار آکس است ولی در ادامه و با گسترش کسب و کار ما با استخدام یک حابدار به امور خود رسیدگی می کنیم

• تامین کنندگان ما

تامین کنندگان ما عمده فروشان هستند که جنس ایرانی یا چینی را به صورت انبوه و با کیفیت متوسط می فروشند .

و نحوه کار ما با آنها بعضا نقد و در برخی اوقات چکی است .



طرح بازاریابی

سیاست های آموزشی

• فروشندگان

سیاست ما برای آموزش فروشندگان به طوری است که به افرادی که سابقه این کار را دارند استخدام می کنیم و اگر نه با آموزش متد های فروشندگی او را برای فروش آماده می کنیم.

• تولیدکنندگان

چون محصول ما محصولی نوآورانه است ما برای این کار در ابتدا به تولید کنندگان فیلم آموزشی را نشان می دهیم و سپس با کمک کردن به آنها این هنر را گسترش می دهیم.



طرح بازاریابی

رقبای ما

عمده‌ی کارهای تبلیغاتی ما بر روی محصولاتمان هست یعنی بسته بندی و لوگو و سوسه‌ی مشتری‌ها برای خرید محصول.

اما وقتی محل استقرار ما مشخص شد در اطراف آنجا به صورت سنتی تبلیغات را افزایش داده و آگرتکش بازار تقاضای مشتری را به ما نشان داد و امکان تولید انبوه را داشتیم تبلیغ در فضای مجازی را آغاز می‌کنیم.



طرح بازاریابی

رقبای ما

ParsCenter
پارس سنتر، معروف شما



مزایای رقبا: داشتن سایت، معروف بودن، گستردگی در بازار

معایب رقبا: نداشتن محصولات ما، سود بیش از حد به دلیل نداشتن رقیب



محصولات: قیمت زیاد ... مصنوعی بودن

نحوه رقابت: تمایز و حتی رهبری بازار به سادگی



طرح مالی

سود پیش بینی شده

قیمت تمام شده ک محصول - قیمت فروخته شده = سود

قیمت تمام شده =

حباب لایمپ 15 هزار تومان

خاک 3 هزار تومان

گل 10 هزار تومان

بسته بندی 2 هزار تومان

قیمت فروخته شده = 45 هزار تومان

سود مورد انتظار ما = 50 درصد قیمت محصول = 15 هزار تومان در هر محصول



استراتژی ها و طرحهای توسعه

چشم انداز رشد و توسعه

در آینده و با گذر زمان این کسب و کار توسعه می یابد .

این توسعه شامل افزایش انواع تولیدات و مشتریان است .

گذر زمان به ما کمک می کند تا بازار هدف را به صورت تخصصی دنبال کنیم و با دادن کیفیت مطلوب توجه آنها را جلب کنیم و باعث رضایت آنها باشیم .

این کسب و کار می تواند به جایی برسد که صادرات محصولات نوآورانه کی خود را آغاز کند و صادرکننده کی این محصول باشد .



استراتژی ها و طرحهای توسعه

ریسک هایی که با آن مواجه هستیم...

به صورت کلی قیمت مواد و کالا ها زیاد ریسک بالایی نیست چون ما حاشیه ای امنی داریم که با افزایش این ها نرخ کالای ما هم افزایش می یابد.

اما مهم ترین خطری که ما را تهدید می کند الگو برداری از محصول ما و تولید آن توسط رقبای مشابه ما می باشد.

برای برطرف کردن این مسئله نیز باید محصول نهایی خود را ثبت کنیم.



خلاصه ی مدیریتی

تولیدی لامپنو با ایده ی خلاقانه در صدر تولید لامپ های تزئینی است که



مشتریان را در کنار هم راضی کند.

محصول اصلی ما لامپ هایی است که درون آن گل های مصنوعی زیبا

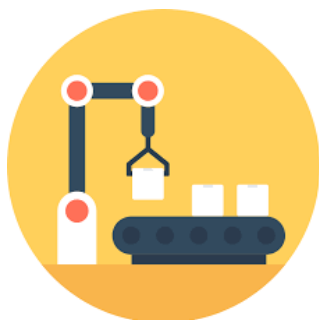


وجود دارد.

در راه تولید و فروش این محصول ما به علت نوآوری در یک اقیانوس آبی

است و ما با آنها به نوآوری آن می توانیم با فروش این محصول درآمد

خوبی در بیابیم.





خلاصه ی مدیریتی

تحلیل ما از رقبا اینگونه است که رقیب خاصی در این محصول نداریم و با فروش ویژه و تبلیغ به راحتی می توان بازار این محصول را بدست آورد و پس از درنوردیدن بازار ایران می توان به فکر صنعتی کردن این محصول و صادرات آن است.



این کسب و کار نیازی به سرمایه ی زیادی ندارد ولی در عوض سود این کسب و کار زیاد است.



سرمایه ی مورد نیاز: 5 میلیون تومان (بجز هزینه ی اجاره)

سود کسب و کار: 50 درصد فروش