**VORLAGE FÜR BUSINESSPLAN-RUBRIK**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **TITEL DES PLANS** |  |  |  | **DATUM** |
|  |  |  |  |   |
| **NAME DES REZENSENTEN** |  |  |  |  |  |
|   |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **RUBRIK** | **PUNKTZAHL** |  | **SCORING-SKALA** | **Summe** |
| Erwartungen übertroffen | **4** |  | **VORBILDLICH** | **25 – 28** |
| Erwartungen erfüllt | **3** |  | **ANNEHMBAR** | **21 – 24** |
| Richtlinien erfüllt | **2** |  | **VERBESSERUNGSBEDARF** | **16 – 20** |
| Richtlinien einigermaßen erfüllt | **1** |  | **UNZULÄNGLICH** | **0 – 15** |
| Unvollständig; Informationen nicht verfügbar | **0** |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **KRITERIEN** | **4** | **3** | **2** | **1** | **0** |
| **ZUSAMMENFASSUNG** |  |  |  |  |  |
| Dies bietet einen prägnanten, gründlichen Überblick und skizziert effektiv die wichtigsten Punkte des Plans. |  |  |  |  |  |
| **BESCHREIBUNG DES UNTERNEHMENS** |  |  |  |  |  |
| Dies vermittelt die Geschäftsidee klar. Es enthält einen detaillierten Grund für die Einführung sowie eine detaillierte Beschreibung der Dienstleistung / des angebotenen Produkts. Es beschreibt die Vision, mission, den Fokus und das Wertversprechen des Unternehmens.  |  |  |  |  |  |
| **BRANCHENANALYSE** |  |  |  |  |  |
| Dies identifiziert die Branchengröße, Segmente, Reifegrad, Trends und Aussichten; es beschreibt die Möglichkeiten, Bedrohungen und potenziellen Eintrittsbarrieren. Es bietet eine umfassende Wettbewerbsanalyse. Es definiert den Zielmarkt und die Demografie der Verbraucher. Es bietet auch die wettbewerbsfähigen und einzigartigen Vorteile. |  |  |  |  |  |
| **MANAGEMENTPLAN** |  |  |  |  |  |
| Dies definiert die Form des Geschäftseigentums und liefert die Begründung der gewählten Form. Es bietet auch ein Organigramm mit den Namen, Rollen und Qualifikationen der Mitglieder. Es definiert die zusätzlichen Stakeholder und angeforderten professionellen Dienstleistungen. |  |  |  |  |  |
| **MARKETINGPLAN** |  |  |  |  |  |
| Dies vermittelt klar die gesamte Marketingstrategie und stellt das Budget zur Verfügung. Es bietet auch die Pläne für die folgenden Bereiche: Preisgestaltung, Vertrieb, Promotion, Werbung, Medien, PR, Vertrieb und Vertriebsmanagement. |  |  |  |  |  |
| **OPERATIVER PLAN** |  |  |  |  |  |
| Darin werden alle Anforderungen an Humanressourcen, Einrichtungen und Technologieinfrastruktur umrissen und berücksichtigt. Es identifiziert alle logistischen und Distributionsanforderungen. Es bietet auch Implementierungszeitpläne und Fortschrittsüberwachungsprozesse. |  |  |  |  |  |
| **FINANZPLAN** |  |  |  |  |  |
| Dazu gehört ein umfassender Anlaufkostenbericht. Außerdem werden mögliche Quellen für die Erstfinanzierung aufgezeigt. Es bietet die Umsatzprognosen, Einkommensprognosen, Pro-forma-Abschlüsse, Break-Even-Analysen und das Kapitalbudget. |  |  |  |  |  |
| **SPALTENSUMMEN** |  |  |  |  |  |
| **GESAMTPUNKTZAHL** |  |   |   |   |   |

|  |
| --- |
| **VERZICHTSERKLÄRUNG**Alle Artikel, Vorlagen oder Informationen, die von Smartsheet auf der Website bereitgestellt werden, dienen nur als Referenz. Obwohl wir uns bemühen, die Informationen auf dem neuesten Stand und korrekt zu halten, geben wir keine Zusicherungen oder Gewährleistungen jeglicher Art, weder ausdrücklich noch stillschweigend, über die Vollständigkeit, Genauigkeit, Zuverlässigkeit, Eignung oder Verfügbarkeit in Bezug auf die Website oder die auf der Website enthaltenen Informationen, Artikel, Vorlagen oder zugehörigen Grafiken. Jegliches Vertrauen, das Sie auf solche Informationen setzen, erfolgt daher ausschließlich auf Ihr eigenes Risiko. |