

Corvin köz Oktatási Központ  
1082. Budapest, Kisfaludy u. 19.  
Tel: 786-3952  
[www.corvinkoz.hu](http://www.corvinkoz.hu)  
Minden jog fenntartva.

1210-06 Modul (Szépségszalon létrehozása, gazdálkodása, marketingje) 4.  
pontjának részletes kidolgozása

### **Az üzleti terv részei:**

- 1.) Vezetői összefoglaló
- 2.) A vállalkozás általános bemutatása
- 3.) Marketing Terv
- 4.) Működési terv
- 5.) Vezetőség és szervezeti felépítés
- 6.) Pénzügyi terv
- 7.) Mellékletek

## **I. VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ**

- A vállalkozás rövid bemutatása, története. Cég hitvallása, filozófiája.
- Termékek, szolgáltatások rövid bemutatása.
- A vállalkozás piacon elfoglalt helye, versenytársak, piaci helyzetelemzés. Célpiacok.  
Marketing stratégia.
- A vállalkozás felépítése, működése. Önálló vállalkozás-e, franchise, leányvállalat?  
Kik a fő beszállítók.
- A közeljövőt érintő célkitűzések, intézkedések, amiket meg kell tenni.
- A vállalkozás pénzügyi helyzete. Miért van szükség tőkebevonásra? Hogyan kerül felhasználásra?

## **II. A VÁLLALKOZÁS ÁLTALÁNOS BEMUTATÁSA**

### **1.) A vállalkozás alapadatai**

- működési forma: önálló cég, franchise, leányvállalat, egyéb
- tulajdonosok (név, cím)
- törvényes képviselők (név, cím)
- a vállalkozás pontos neve
- a vállalkozás székhelye, telephelyei
- a vállalkozás mikor lett bejegyezve
- a vállalkozás fő tevékenysége
- a vállalkozás melléktevékenységei
- elérhetőségi adatok (telefon, fax, internet cím, e-mail cím, postacím)
- a vállalkozás könyvvizetését végző cég neve
- a vállalkozás jogi képviselőjét ellátó cég neve

- egyéb, a vállalkozás működése szempontjából fontos tanácsadó cégek neve

## **2.) A vállalkozás története**

### **a) már működő vállalkozás esetén:**

- a vállalkozás alapításának ideje és oka, mi céllal jött létre
- cégfilozófia, a vállalat küldetése
- a működésének története, áttörő sikerek, mélypontok
- díjak, szakmai elismerések
- folyamatban lévő fejlesztések, jövőre vonatkozó célkitűzések

### **b) most induló vállalkozás esetén:**

- rögzíteni kell, hogy az üzleti terv megírását mi ösztönözte:  
hitelfelvételi kérelem, befektető keresése, pályázat elnyerése, egyéb
- miért érné meg a befektetőnek, hitelnyújtónak stb. a vállalkozás támogatása,  
hogyan profitálhat belőle
- cégfilozófia, a vállalat küldetése, mit szeretne elérni

## **III. MARKETING TERV**

### **1.) Ágazati áttekintés**

- az iparágat érintő társadalmi változások
- technológiai változások, újítások
- politikai környezet, jogszabályi keretek változása
- demográfiai változások
- gazdasági változások (makrogazdasági mutatók, kamatlábak, adók, lakossági fogyasztások és megtakarítások)
- környezeti változók (időjárás, nyersanyagok, környezetszennyezés, környezetvédelem)
- az iparágban tapasztalható trendek, azok hatása a vállalkozás tevékenységére, eredményességére
- új vállalkozás esetén mennyire nehéz belépni a piacra, a már jelenlévő szereplők  
mennyire akadályozhatják a belépésünket, milyen magas költségekkel járhat ez

### **2.) Termékek, szolgáltatások**

- a vállalkozás által kínált termékek és szolgáltatások fő jellemzői
- milyen értéktöbbséggel bír a termék / szolgáltatás a vásárló számára
- hová vannak a termékek / szolgáltatások pozícionálva a versenytársakéhoz képest
- miben különböznek a saját termékek / szolgáltatások a már piacon lévő hasonló termékektől / szolgáltatásoktól
- mennyire volt eddig sikeres a saját termék / szolgáltatás vagy a piacon lévő hasonló termék / szolgáltatás
- további információk a vállalkozás által kínált termékekről, szolgáltatásokról:  
fotók, technikai specifikációk, diagarammok,

### **3.) Piaci szegmentáció**

#### **a) a célcsoport demográfiai jellemzői:**

- életkor
- anyagi helyzet / jövedelem
- nem
- családi állapot
- eltartottak száma
- foglalkozás
- lakóhely
- átlagosan milyen értékben vásárol (Ft)
- vásárlások gyakorisága

#### **b) a célcsoport pszichológiai jellemzői:**

- a célcsoport által követett életmód rövid leírása
- milyen életmódbeli igényeket elégítenek ki a vállalkozás által kínált termékek / szolgáltatások
- mik a célcsoport vásárlási döntéseit legjobban befolyásoló tényezők
- a piacon növekedés, csökkenés vagy stagnálás tapasztalható-e
- mekkora a célpiac mérete
- a célpiac hány százalékát tudja megszerezni a vállalkozás fél éven belül
- a célpiac hány százalékát tudja megszerezni a vállalkozás 5 éven belül
- léteznek-e másodlagos célpiacok a vállalkozás számára (ha igen, mik a jellemzői)

### **4.) Versenytársak vizsgálata**

A legnagyobb versenytársak elemzése a következő szempontok szerint:

- a versenytárs által kínált termékek / szolgáltatások leírása
- a versenytárs célcsoportjának körülírása, jellemzése
- a versenytárs célcsoportjának vásárlási szokásai
- a versenytárs árpolitikája, milyen árakkal dolgozik
- a versenytárs marketing, reklámtevékenysége
- a versenytárs erős és gyenge pontjai: miben jobbak ők és miben rosszabbak
- mik azok a tényezők, amikkel át lehetne csábítani a versenytárs vásárlóit
- mióta van a versenytárs a piacon, milyen a renoméja
- kik a versenytárs beszállítói
- milyen értékesítési csatornákat használ a versenytárs

### **5.) Marketing Mix**

#### **a) Promóció:**

- online hirdetési módok
- szórólapok
- a vállalkozás által kiírt pályázatok, versenyek (PR)
- DM levél
- hirdetés a nyomtatott sajtóban
- rádióban
- televízióban
- személyes eladás
- szponzoráció

- merchandising
- eladásösztönző akciók (ingyen termékminta, "egyet fizet, kettőt kap" stb)

**b) Disztribúció:**

- a vállalkozás területi elhelyezkedés
- marketing szempontból milyen előnyökkel bír a választott helyszín
- disztribúciós szempontból milyen előnyökkel bír a választott helyszín
- milyen költségvonzatai vannak a jelenlegi értékesítési módnak
- a vállalkozás telephelyén kívül milyen módokon történik még az értékesítés
  - online
  - kereskedelmi hálózatokban
  - disztribútorokon keresztül
  - közvetítőkön keresztül
  - személyes eladással
  - egyéb

**c) Ár:**

- a vállalkozás által használt árképzési elvek
  - költségelví árképzés
  - kereslettől függő árképzés
  - versenytársakhoz igazodó árképzés
- árdiferenciálás (felárak, árengedmények)
- mekkora a célcsoport árérzékenysége (alacsony, közepes, magas)
- a kínált termékeknél / szolgáltatásoknál milyen az ár-minőség viszonylat

**d) Termékek / szolgáltatások:**

- a kínált termékek / szolgáltatások típusa
- a termékéletgörbe melyik szakaszában helyezkednek el (bevezetés, növekedés, érettség, hanyatlás)
- milyen termékfejlesztések folynak a vállalkozásnál
- a vállalkozás által kínált termékek / szolgáltatások egymáshoz való viszonya
  - azonos igényeket kielégítő termékek / szolgáltatások
  - egymást kiegészítő termékek / szolgáltatások
  - egymástól elérő igényeket kielégítő termékek / szolgáltatások
- alkalmazott termék - piac stratégiák:
  - piackiáknázás
  - piacfejlesztés
  - termékfejlesztés
  - diverzifikáció
  - termékkivonás a piacról
- a termékfejlesztések ütemezése
- a vállalkozás által kínált termékek / szolgáltatások milyen előnyöket nyújtanak a vásárlók számára

## **IV. MŰKÖDÉSI TERV**

### **1.) Fejlesztési elemzés**

- a termékek / szolgáltatások fejlesztése milyen stádiumban van
- mikorra várható a fejlesztés befejezése

- a befejezésig milyen akadályokat kell leküzdenie a vállalkozásnak
- milyen feladatok várnak még elvégzésre
- kik vesznek részt a vállalkozáson kívül a fejlesztésben (alvállalkozó, partnercég)
- a szabadalmaztatás megoldása, a szabadalmi jogok levédése

## **2.) Gyártási terv**

- a vállalkozás fő beszállítói
  - a beszállítók osztályozása (ár, szállítási feltételek, megbízhatóság)
- milyen gyártási eljárásokat alkalmaz a vállalkozás
- a gyártási / előállítási folyamat rövid bemutatása
- a gyártási folyamathoz kapcsolódó költségek felsorolása
- mik a kutatási és fejlesztési folyamatokhoz kötődő költségek és határidők
- milyen eszközigénnyel jár együtt a termékek / szolgáltatások előállítása
- milyen helyigénnyel jár együtt a termékek / szolgáltatások előállítása (raktár, gyárüzem)
- alvállalkozók részt vesznek-e a gyártási folyamatban
- milyen szervízhálózatot működtet a cég
- jár-e terméktámogatás a termékekhez / szolgáltatásokhoz

## **V. VEZETŐSÉGI ÉS SZERVEZETI FELÉPÍTÉS**

### **1.) Vezetőség, tisztségviselők**

- kik a vállalkozás alapítói
- kik az aktív befektetők
- kik azok az alkalmazottak, akik kulcsfontosságú szerepet játszanak a vállalkozás életében
- kik az igazgatók
- van-e tanácsadó testülete a vállalkozásnak
- kik a külső / belső tanácsadók: jogi képviselő, könyvvizetés, pénzügyi tanácsadó
- ábra mellékelése a szervezeti sémáról

### **2.) Személyzeti politika és stratégia**

- az alkalmazottak felvételének az ütemezése
- milyen módszert használ a vállalkozás az alkalmazottak kiválasztásánál
- igénybe vesz-e vállalkozás külső céget az alkalmazottak kiválasztásában
- milyen javadalmazási rendszert alkalmaz a vállalkozás
- létezik-e munkaerőképzés a vállalkozásnál

## **VI. PÉNZÜGYI TERV**

A pénzügyi tervben az alábbi kimutatásokat szokás szerepeltetni:

- költségvetési terv (korábbi éveknél tervezett és tény adatok összehasonlítása)
- cash-flow kimutatás
- eredménykimutatás
- mérleg
- induló költségek felsorolása
- működő költségek felsorolása

- grafikon készítése a fedezeti pontról, megtérülési pontról
- pénzügyi mutatók szerepeltetése

## **VII. MELLÉKLETEK**

A mellékletekben szerepeltethetünk grafikonokat, táblázatokat, fotókat a termékekről, technikai specifikációkat, a vezetőség életrajzát és minden olyan egyéb anyagot, ami kapcsolódik az üzleti terv anyagához, és azt illusztrálja.