

MARCIN KOKOSZKA

Rozwiń swoją firmę!

WSKAZÓWKI SERYJNEGO
PRZEDSIĘBIORCY



BEZPŁATNY FRAGMENT KSIĄŻKI

Książkę tę dedykuję przedsiębiorcom, którzy są siłą napędową każdego narodu – małym i średnim przedsiębiorcom oraz projekt menedżerom w średnich firmach.

Dedykuję ją także osobom, które mimo wszystko chcą zmieniać swoje środowisko, swoje otoczenie, życie swoje, swoich rodzin oraz najbliższych.

Publikacja ta jest przeznaczona dla tych, którzy zamierzają świadomie rozwijać swoje firmy i projekty.

Przed wszystkim jednak tę książkę chciałbym zadedykować mojej rodzinie, bez której nie byłbym w miejscu, w którym jestem, i nie byłbym tym, kim jestem!

SPIS TREŚCI

| | |
|---|-----|
| Gratulacje | 4 |
| O Autorze | 5 |
| Przedmowa | 7 |
| Wstęp | 9 |
| Jak otworzyć swój pierwszy biznes? Mariusz Mszyca | 13 |
| Dlaczego? | 25 |
| O bezpieczeństwie prawnym, księgowym, podatkowym i finansowym | 33 |
| Budowanie zespołu | 88 |
| Marketing i sprzedaż | 94 |
| Automatyzacja | 128 |
| Cyberbezpieczeństwo | 131 |
| Liderze, zadbaj o siebie! | 136 |
| Podziękowania | 157 |
| Zaproszenie na szkolenie: | |
| Rozwiń swoją firmę! | 161 |
| Doradztwo biznesowe, marketingowe i oddłużeniowe | 162 |
| Twój największy wróg | 163 |
| Oddłużenie firmy | 165 |
| Notatki | 175 |

Gratulacje

Gratuluje podjęcia decyzji o założeniu i rozwijaniu swojego biznesu oraz o przeczytaniu tej pozycji. Podziwiam właścicieli małych i średnich przedsiębiorstw, którzy oprócz ogromu obowiązków i olbrzymiej pracy wymagającej niezwyklego zaangażowania znajdują czas na edukację i poszerzają swoją wiedzę.

Głęboko wierzę, że dzieje się tak, ponieważ nie przestajemy się rozwijać i coraz więcej ludzi rozumie, że teraz – jak nigdy dotąd – trzeba poszerzać swoją wiedzę.

Ciągły rozwój jest konieczny nie tylko po to, aby stawać się liderami i przewyższać konkurencję, lecz także stanowi niezbędny warunek, aby nie stracić tego, co już zostało wypracowane.

Gratuluje, Przedsiębiorco! Wiem, że jesteś odpowiedzialny za wszystko, co dzieje się w firmie. Musisz dbać o klientów, współpracowników, kontrahentów; rzadko otrzymujesz pochwały, a przecież to Ty jesteś tutaj kluczowy!

Jako przedsiębiorca z krwi i kości gratuluje Ci tego, co robisz każdego dnia, i tego, że w trudnych momentach wykazujesz sprawczość i siłę. Zdajesz sobie sprawę, że musisz dać radę, bo nie masz innego wyjścia. Musisz sobie poradzić, jeśli nie chcesz stać w miejscu.

Go Big
Marcin Kokoszka

O Autorze

Seryjny przedsiębiorca, autor, inwestor. Obecnie właściciel kilkunastu biznesów, między innymi kancelarii prawnej, porównywarki finansowej, firmy oddłużeniowej, call center, spółki windykacyjnej, spółki leasingowej i firmy szkoleniowej.

Jako inwestor zdobył doświadczenie w inwestowaniu w start-upy oraz na giełdzie i w nieruchomości.

Nie obyło się bez przygód – w wieku 23 lat zbankrutował i miał ponad 1 mln złotych długu. Udał się po pomoc do coacha – Kamili Rowińskiej – i ciężką, systematyczną pracą wyszedł z długów, odbudował równowagę finansową i od zera ponownie zbudował wszystkie swoje biznesy.

Po drodze zdobywał doświadczenie i budował firmy, które następnie odsprzedawał lub zamykał. Działał w następujących branżach: żywności ekologicznej, treningów personalnych, wypożyczalni kostiumów karnawałowych, sieci afiliacyjnej zajmującej się marketingiem efektywnościowym. Dodatkowo podjął się pośrednictwa finansowego online i offline oraz sprzedaży w sklepie internetowym z używanymi płytami winylowymi. W każdej z tych dziedzin dążył do bycia liderem

w danym regionie lub kraju i osiągał ponadprzeciętne wyniki w kategoriach, które uznawał za ważne.

Aktualnie interesuje go głównie rozwijanie swoich firm i dbanie o swoich klientów.

Prywatnie mąż i ojciec.

Każdego dnia robi coś dla swojego zdrowia. Oprócz tego niemal codziennie ćwiczy, eksperymentuje z dietami i suplementacją, obserwuje swoje ciało, swoją energię i regularnie wykonuje badania. Chce być przykładem dla swojej rodziny i innych przedsiębiorców. Sam inspirował się innymi przedsiębiorcami i osobami zmieniającymi świat.

Przedmowa

Każda osoba, która ma pomysł i jest zdeterminowana, żeby wystartować w biznesie, powinna spróbować. Bycie przedsiębiorcą to niezwykła przygoda, podczas której można wiele nauczyć się o sobie, a przy okazji rozwiązywać problemy klientów, stać się inspiracją, wzorem do naśladowania dla innych, uzyskać wolność, samodzielność i realizować swoje powołanie.

Każdy wielki biznes zaczyna się od jednej osoby. Od kogoś, kto ma pomysł i nie boi się podjąć ryzyka. Od 16 lat zachęcam do kreowania i rozwijania własnych firm. Z przyjemnością i dumą obserwuję, jak różne projekty ewoluują. Początkowo ponad 16 000 projektów pod skrzydłami Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości, a potem działające samodzielnie, mające ugruntowaną wiedzę i doświadczenie biznesowe w ramach funduszy AIP Seed, bValue czy sieci coworków Business Link. Często z pomysłu zrodzonego z pasji rozwija się firma zatrudniająca kilkadziesiąt osób, która zmienia życie swoich klientów, dostarczając wspaniałe produkty czy usługi, bez których nie wyobrażamy sobie funkcjonowania.

Wiele firm powstaje z inicjatywy jednej osoby, jednego pomysłu. Wiele razy słyszę, że ktoś miał świetny pomysł i „udało

mu się” w biznesie. Takie stwierdzenie mija się z prawdą – a książka Marcina Kokoszki świetnie to pokazuje.

Pomysł to zaledwie niewielki element sukcesu. Na efekt składają się: determinacja, zespół, przygotowanie do startu, a nawet wybór odpowiednich usług i dbanie o takie, wydaje się, mało ważne na początku kwestie jak płynność.

Zachęcam do przeczytania tej książki, bo nie tylko obrazuje poszczególne kroki, które należy postawić, lecz także daje dużo więcej – opisuje, jak zachować się w określonych sytuacjach i jakich błędów unikać. Oczywiście każdy biznes jest inny, ale 80% błędów powtarza się w każdym projekcie na kolejnych etapach jego realizacji.

Najbardziej emocjonujący w biznesie jest moment, kiedy pojawiają się pierwsi klienci, którzy wierzą w nasz produkt, chcą za niego zapłacić, a ich skala rośnie szybko. To jest moment, na który warto pracować przez wiele miesięcy. Tych emocji jak najwcześniej życzę obecnym i przyszłym przedsiębiorcom oraz cierpliwości w ciągłym rozwoju osobistym i biznesowym. Czeka Was niesamowita przygoda, gwarantuję!

Dariusz Żuk

Dariusz Żuk – prezes i założyciel AIP, współtwórca Business Linku oraz licznych inicjatyw wspierających ekosystem startu-powy w Polsce. Od blisko 16 lat kreuje i rozwija przedsiębiorczość w ramach Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości. Z autorskiego programu AIP skorzystało już ponad 16 tysięcy startupów. Stworzył AIP Seed – fundusz inwestycyjny o najbogatszym portfolio oraz bValue – jeden z największych funduszy VC zarządzający kapitałem ok. 100 mln zł. Zaczynał od Studenckiego Forum BCC. Dzięki studenckim projektom został inicjatorem wprowadzenia ustaw (m.in. ulgi w podatku ZUS przez pierwsze 2 lata dla startujących firm).

Wstęp

Dworzec w Gdańsku. Czekam na pociąg. Obok mnie dwie niezwykle mądre kobiety, które razem ze mną uczestniczyły w dwudniowej naradzie biznesowej w zaprzyjaźnionej firmie, a które w sferze zawodowej osiągnęły więcej, niż osiąga dwiędziesiąt dziewięć procent ludzi.

Jestem trochę zmęczony z powodu niewyspania, a trochę chory. Jeszcze dziś mógłbym wyjechać na tydzień, miesiąc, rok wakacji, zamiast tego stoję tutaj w takim stanie. Dlaczego?

Odpowiedź przychodzi bardzo szybko: ponieważ tak postanowiłem. Tak wybrałem, tego chcę. Mam wybór, którego przez znaczną część życia nie miałem. Nie pracowałem mniej, bo nie miałem takiego wyboru, tak jak wielu początkujących przedsiębiorców.

I o tym chcę Ci opowiedzieć w tej książce – o wolności wyboru.

Oprócz tego dowiesz się, jak rozwinąć firmę, żeby pracować w niej kolejne lata. To będzie Twój wybór. Będziesz to robił, ponieważ będzie to wynikało z Twojej motywacji i z chęci, nie z przymusu.

Mówi się: „Idę na swoje, więc teraz sam sobie będę szefem”. Szybko jednak się okazuje, że nie do końca jest to prawda. Kolejne miesięczne zobowiązania, kolejne zlecenia i kolejni klienci; paradoksalnie pracownicy stają się Twoimi szefami.

Jadę autostradą. Za chwilę zwężenie. Samochód po prawej trochę się rozpedził, więc go wpuszczam. „Wskakuj, ziom” – mówię pod nosem. Myślę sobie, że właśnie tak rozpocznę tę książkę.

Polska dojrzeła, przedsiębiorcy wzajemnie się wspierają i dzielą wiedzę. Mam wrażenie, że dawno minęły czasy, w których ludzie bali się opowiadać o swoich pomysłach, „bo ktoś ukradnie”. Dziś możliwości masz ogromne, ale kluczowe są realizacja i egzekucja: czy w ogóle zaczniesz rozwijać projekt i firmę, jak będziesz to robił, czy bezpiecznie poprowadzisz biznes, czy zbudujesz odpowiedni zespół, czy przebijesz się z marketingiem i dobrze sprzedasz.

Ważne, czy do swojego biznesu wprowadzisz automatyzację, a jeżeli działasz online (a dziś chyba każdy w jakiś sposób tak działa), czy zadbasz o cyberbezpieczeństwo.

**SUKCES ZALEŻY OD
NIEZALEŻNOŚCI FINANSOWEJ,
A NIEZALEŻNOŚĆ FINANSOWA
ZALEŻY ZARÓWNO OD SPOSOBU,
W JAKI ROZWINIESZ FIRMĘ,
JAK I RODZAJÓW INWESTYCJI,
KTÓRYCH DOKONASZ.**

MARCIN KOKOSZKA

Sukces zależy od niezależności finansowej, a niezależność finansowa zależy zarówno od sposobu, w jaki rozwiniesz firmę, jak i rodzajów inwestycji, których dokonasz. Z kolei to, czy droga do pozyskania środków okaże się przyjemna, zależy od Ciebie – a raczej od tego, czy po drodze sam o siebie zadbasz. W tej książce poznasz wszystkie ważne elementy prowadzenia biznesu.

Książka „Coaching wart milion”¹, którą napisałem z Kamilą Rowińską, okazała się wielkim sukcesem. Regularnie otrzymuję informacje, że zainspirowała wielu ludzi i dała im siłę do walki z trudnościami – nie tylko z długami, lecz także z różnego rodzaju wyzwaniem.

Czuję, że dałem coś dobrego, gdy podzieliłem się swoją historią. W książce opowiadałem o walce z wyzwaniami, ale też o późniejszym rozwijaniu swoich firm i biznesów. Wiem, jak wiele osób też tego chce; piszą do mnie, podchodzą podczas konferencji i szkoleń, korzystają z indywidualnego doradztwa. Zauważyłem, że w różnych biznesach i branżach powielam te same schematy – i faktycznie to działa. Doradzam moim klientom – i również działa. Postanowiłem wydać książkę i zorganizować szkolenie stacjonarne, tak aby każdy – niezależnie od etapu budowania firmy – mógł sobie pozwolić na dostęp do tej wiedzy. Bo mimo że od dłuższego czasu publikuję na YouTube, w książce postanowiłem ułożyć i usystematyzować wszystkie materiały.

Tę książkę napisał przedsiębiorca dla przedsiębiorcy, chociaż osoby, które przeczytały wersję próbną, twierdzą, że zawarte w niej informacje sprawdzą się również u projekt menedżerów z małych i średnich firm, którzy zmagają się z podobnymi

1 Rowińska K., Kokoszka M., *Coaching wart milion*, Gliwice, 2018.

wyzwaniami. Jeżeli jesteś PM-em, za cel możesz postawić sobie rozwijanie realizowanego projektu.

Nie przedłużam więcej. Przejdźmy do mięsa – rozdziału, w którym porozmawiamy o otwieraniu pierwszego biznesu.

Jak otworzyć swój pierwszy biznes?

MARIUSZ MSZYCA

Do napisania pierwszego rozdziału zaprosiłem Mariusza Mszycę – przedsiębiorcę, autora książki „Jak stworzyć swój biznesplan” oraz współautora książki „Jak stworzyć swój pierwszy biznes”. Kolejną jego pozycją będzie książka o negocjacjach.

Wiem, ile błędów popełniłem, gdy otwierałem swój pierwszy biznes, dlatego Mariusz opowie Ci, jak zrobić to dobrze. Co więcej, nawet osoby już prowadzące własne firmy znajdą tu przydatne informacje.

PO CZYM POZNAĆ, ŻE TO JEST MÓJ CZAS NA URUCHOMIENIE FIRMY?

Hmm... To wcale nie jest takie proste... Według mnie idealny moment powinien być wtedy, kiedy czujesz, że jesteś gotów: masz odpowiednią wiedzę i minimalne umiejętności, aby wystartować, oraz postawę, która potwierdza, że to, co robisz, jest tym, co chcesz robić.

Z wymienionych elementów najważniejsza jest postawa. Dlaczego? Bo wiedzę i umiejętności możesz nabyć. Bo od postawy zależy poziom twojego zaangażowania. A zaangażowanie jest niezwykle istotne zwłaszcza na początku.

**JEŚLI DZIAŁASZ NA MINIMALNYM
POZIOMIE ZAANGAŻOWANIA,
NIE OCZEKUJ MAKSYMALNYCH
WYNIKÓW.**

MARIUSZ MSZYCA

Im większe zaangażowanie, tym większe prawdopodobieństwo, że to, co robisz, przyniesie pożądane efekty.

Oczywiście nie możemy zapominać o zasobach finansowych i rzeczowych, które są konieczne praktycznie w każdym biznesie, a które różnią się w zależności od branży. Jedne biznesy łatwiej zacząć, bo wiążą się z mniejszym wkładem finansowym, inne wymagają sporego kapitału, liczonego w setkach tysięcy, a czasem milionach złotych. Reguła najczęściej jest taka: im mniejsza bariera wejścia w biznes, tym większa konkurencja i trudniej przebić się z ofertą. Co oczywiście nie oznacza, że jest to niemożliwe.

SKĄD MAM WIEDZIEĆ, ŻE TEN BIZNES MI WYJDZIE?

Kolejne pytanie, na które nie ma prostej odpowiedzi, dającej sto procent gwarancji, że odniesiemy sukces. Musimy pamiętać, że połowa firm upada w pierwszym roku działalności. Przyczyn jest wiele, ale zwykle sprowadzają się do kilku najczęstszych błędów.

Moim zdaniem dzieje się tak między innymi dlatego, że ich właściciele nie przygotowali się odpowiednio, a tym samym nie dali sobie szansy. Etap przygotowania jest według mnie równie ważny jak prowadzenie firmy. Gdy dobrze się przygotujemy, zyskamy więcej odpowiedzi i stworzymy więcej wariantów

zdarzeń. Wtedy mniej może nas zaskoczyć. A im mniej cię zaskakuje, tym lepiej reagujesz na zmiany w otoczeniu firmy.

Bo to, że środowisko, w którym działa każde przedsiębiorstwo, jest zmienne, trzeba przyjąć za oczywistą oczywistość. Stałe są tylko zmiany. Zmienność warunków i sytuacji, w których działasz, jest czymś normalnym. Jeśli zakładasz, że nic się nie zmieni i że zawsze będzie fajnie, to jesteś w błędzie i któregoś dnia możesz niemiłe się zaskoczyć.

STAŁE SĄ TYLKO ZMIANY.

MARIUSZ MSZYCA

JAK ZNALEŹĆ I WYBRAĆ DOBRY POMYSŁ NA FIRMĘ?

Jest wiele źródeł pomysłów na biznes. Możesz stać się innowatorem, którego wyróżnia tworzenie czegoś, czego nie ma. Strzał w dziesiątkę albo bankructwo, jeśli miniesz się z potrzebami

rynku. Możesz też naśladować innych, podążać za potrzebami klientów lub trendami na rynku.

Wiele miejsc może cię zainspirować, na przykład targi czy podróże. Zobaczysz coś, co zwali cię z nóg, i powiesz sobie: „To jest to, co chcę robić!”. I super! Im bardziej identyfikujesz się z tym, co chcesz robić i sprzedawać (bo musisz pamiętać, że proces sprzedaży cię nie ominie), tym lepiej dla ciebie i twojego przyszłego biznesu.

Na tym etapie włącza się mój rozsądek, który pyta: „A masz dobry biznesplan?”.

Wychodzę z założenia, że lepiej – i łatwiej – robić to, co lubimy robić i o czym mamy pojęcie. Nie musisz od razu wszystkiego wiedzieć, choć warto wiedzieć, kogo zapytać o to, czego nie wiesz.

Bywa, że jakiś pasjonat – na przykład zapalony wędkarz – postanawia otworzyć sklep. Tyle że po roku musi zamknąć – nie idzie mu na tyle dobrze, żeby przychody pokryły koszty, nie mówiąc już o generowaniu zysku.

Pasjonaci często wychodzą z założenia, że mają idealny produkt czy idealną usługę, których wszyscy potrzebują. I w tym momencie pojawiają się problemy: okazuje się, że prowadzenie firmy wymaga czegoś więcej niż tylko pasji. Jeśli dobrze się przygotujesz, zrobisz naprawdę idealną rzecz: będziesz zarabiać na swojej pasji i z przyjemnością chodził do pracy. Dla mnie jest to idealne połączenie pomysłu, pasji i prowadzenia firmy. I życzę każdemu, aby tak to właśnie wyglądało.

CO TO JEST BIZNESPLAN I PO CO GO TWORZYĆ?

Nie każdy lubi planować. Jedynie część ludzi traktuje planowanie jako coś normalnego i wiele rzeczy planuje na co najmniej rok do przodu. Pozostali żyją z dnia na dzień, nie przejmując się tym, co będzie za tydzień, miesiąc czy rok. Oczywiście każdy ma prawo decydować o swoim życiu, ale jeśli chodzi o firmę, brak planowania na dłuższą metę nie wróży niczego dobrego. Chociaż wróżką nie jestem, moje doświadczenie podpowiada, że lepiej planować.

Biznesplan to zbiór informacji, które należy przygotować przed rozpoczęciem biznesu lub projektu. To swego rodzaju przewodnik, który powie ci, gdzie jesteś i dokąd zmierzasz. Poprawnie opracowany, wskaże, jaka jest twoja pozycja w stosunku do rynku, potrzeb klientów, konkurencji, oraz oceni, czy masz niezbędne elementy, aby wystartować.

Może pojawić się pytanie: „Po co mi ten biznesplan?”. Właśnie po to, aby zwiększyć stopień swojej świadomości. Im bardziej będziesz świadomy tego, jaki masz produkt, jaką masz usługę, w jakim otoczeniu działasz lub zamierzasz działać, tym lepszą strategię działania obierzesz.

Wszystko sprowadza się do informacji. Żyjemy w czasach, w których informacja jest niezwykle cenna w biznesie – stanowi źródło przewagi konkurencyjnej. Nie słyszałem jeszcze o tym, aby w krajach wolnorynkowych nie występowała konkurencja.

Trzeba pamiętać, że biznesplan nie jest receptą na sukces, ale zdecydowanie zwiększa szanse na sukces. Jeśli się okaże, że

jeszcze nie jesteś odpowiednio przygotowany, będziesz wiedział, czego Ci brakuje, co trzeba dopracować. Czasem lepiej rozpocząć działalność odrobinę później, ale zrobić to dobrze, niż porywać się z motyką na słońce, sparzyć się i ponieść porażkę. A czasem zdecydowanie nie warto wchodzić w dany biznes, ponieważ zbyt duże jest ryzyko porażki, czyli widmo tego, że biznes nie wypali i możesz wszystko stracić. Decyzja o niewchodzeniu w biznes to też dobra decyzja – być może najlepsza – ale można ją podjąć na podstawie informacji, które zapewnia właśnie biznesplan. Oczywiście dobry.

O CZYM NALEŻY PAMIĘTAĆ PRZED OPRACOWANIEM BIZNESPLANU?

Jest kilka zasad, o których zawsze trzeba pamiętać podczas pisania biznesplanu.

Po pierwsze musisz mieć odpowiednio dużo czasu.

Dobrego biznesplanu nie napiszesz w trzy godziny. Czasem trwa to nawet kilka miesięcy. Jeśli się przyłożysz, w trzy-cztery tygodnie jesteś w stanie przygotować dobry materiał. Ważne, abyś miał wystarczająco dużo czasu na zebranie, opracowanie

i przygotowanie wszystkich niezbędnych informacji. Pośpiech nie jest tu wskazany. Postaw na rzetelność i dobre przygotowanie. Oczywiście może się zdarzyć, że biznesplan musisz przygotować w wyznaczonym czasie, ale to nie oznacza, że nie trzeba poświęcić temu odpowiedniej ilości czasu. Oznacza to tylko tyle, że w krótszym czasie – czyli kosztem innych zajęć – musisz przygotować opracowanie z należytą starannością.

Po drugie staraj się być obiektywny.

Na to, co tworzysz, patrz z dystansu boku, na chłodno analizuj. Widziałem wiele biznesplanów, które były po prostu zbyt optymistyczne, nie przewidywały trudności ani wariantów wydarzeń, które były możliwe, ale niekoniecznie pomyslane z punktu widzenia prowadzącego firmę.

Wiem, że trudno obojętnie mówić o czymś, co cię zachwyca, czym żyjesz i czym się jarasz, ale im bardziej na to, co tworzysz, spojrzysz z lotu ptaka, tym więcej dostrzeżesz. Trzeba być dla siebie takim trochę kontrolerem. Zrób coś w rodzaju checklisty rzeczy do sprawdzenia i punkt po punkcie odhaczaj kolejne kwestie. Przekonasz się, że nawet to, co wydaje się oczywiste, zawsze można uzupełnić, poprawić, a czasem zwyczajnie usunąć.

Po trzecie przygotuj sobie trzy warianty biznesplanu: realistyczny, optymistyczny i pesymistyczny.

Realistyczny, czyli najbardziej prawdopodobny, bazujący na aktualnej sytuacji i tym, co obecnie się dzieje. Weź pod uwagę okoliczności, które otaczają cię tu i teraz. To będzie twój punkt odniesienia do założeń finansowych.

Optymistyczny, czyli taki, który zakłada, że wszystko pójdzie idealnie. Możesz trochę pofantazjować, ale nie za bardzo. Załóż, że okoliczności będą ci sprzyjały we wszystkim, co zamierzasz robić. Ten wariant – mimo że jest mało realny – pokaże ci maksimum możliwości i potencjał, a to również

bardzo ważne elementy w planowaniu. W życiu jak najbardziej powinniśmy być optymistami, ale takimi stąpającymi bardziej po ziemi niż w chmurach. Bardziej bolesny jest upadek z chmur niż z dywanu.

Pesymistyczny, czyli taki, który uwzględni również czarne scenariusze.

Wychodzę z założenia, że jeśli w wariacie pesymistycznym wszystko się spina, to biznes ma ogromną szansę na sukces. A jeśli się nie spina, to należy rzetelnie przeanalizować, czy w ogóle warto w to wchodzić. Ten wariant jest zdecydowanie najbardziej bezpieczny. Jeżeli liczby dają zielone światło, czyli wychodzą ci zyski zamiast strat, prawdopodobieństwo powodzenia jest wysokie.

Ten wariant zakłada, że warunki działania będą trudne, czasem bardzo trudne. Tak jak w wypadku wariantu optymistycznego niewielkie jest prawdopodobieństwo tego, że czarny scenariusz sprawdzi się w stu procentach. I to jest optymistyczne w pesymizmie. Lepiej jednak dmuchać na zimne. W wariacie pesymistycznym lepsze wyniki bardziej cieszą, a ostrożność zwiększa poziom bezpieczeństwa.

Można też powiedzieć: kto nie ryzykuje, ten nie pije шамана. Już samo otworzenie firmy stanowi ogromne ryzyko. Gdy prowadzisz biznes, każdego dnia ryzykujesz. Dlatego jestem zwolennikiem działań, które zmniejszają to ryzyko, a tym samym zwiększają szanse powodzenia.

Odzwierciedla to sposób, w jaki prowadzę firmę. Zaczęłam od zera w dwa tysiące jedenastym roku, a dzisiaj mam zespół osiemdziesięciu osób, obroty na poziomie dwudziestu dwóch milionów złotych rocznie, eksport naszych produktów stanowi siedemdziesiąt procent sprzedaży i jesteśmy w trakcie budowy drugiego zakładu produkcyjnego. Od początku planowałem

i zmniejszałem ryzyko prowadzenia działalności. Staramy się wykorzystywać szanse pojawiające się na rynku, ale jeśli ryzyko związane z nimi jest zbyt duże – odpuszczamy.

Z CZEGO SKŁADA SIĘ POPRAWNY BIZNESPLAN?

To ważne pytanie, ponieważ na rynku istnieje wiele wersji biznesplanów. Zasadniczo są one poprawne, jednak kilka zagadnień według mnie jest po prostu obowiązkowych.

Aby stworzyć poprawny biznesplan, trzeba punkt po punkcie opisać następujące zagadnienia:

- podstawowe dane o firmie i właścicielach firmy;
- opis rynku;
- plan marketingowy;
- plan finansowy;
- analiza SWOT (czyli mocne i słabe strony oraz szanse i zagrożenia);
- cele krótko- i długoterminowe.

To absolutne minimum. Każdy z tych punktów trzeba dokładnie omówić, ale to osobny temat – odsyłam do mojej książki „Jak stworzyć swój biznesplan?” lub na stronę www.twojpierwszybiznes.pl, gdzie znajduje się dokładny opis zawartości tych punktów. Dodam tylko, że dzięki biznesplanowi pod budowę drugiego zakładu produkcyjnego całkiem niedawno uzyskałem

finansowanie w wysokości siedmiu milionów złotych. Dlatego mam pewność, że odpowiednio napisany plan jest skuteczny.

Każdy punkt należy szczegółowo opisać.

Opis rynku zawiera informacje o branży, obszarze działania, klientach, konkurencji, barierach wejścia i wyjścia.

Plan marketingowy bazuje na strategii minimum w czterech elementach: produktach/usługach, dystrybucji, cenach i promocji. Choć to klasyczny model marketingu 4P (*product, place, price, promotion*), jestem zwolennikiem rozszerzonego modelu – 5P – uwzględniającego także czynnik ludzki (*people*).

Plan finansowy, który zwykle stanowi największy problem w trakcie prognozowania, w głównej mierze obejmuje oszacowanie przychodów i kosztów oraz obliczenie punktu rentowności (czyli określenie, przy jakiej sprzedaży i przy jakich określonych kosztach zaczyna się zysk).

Analiza SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, threats*) wskazuje mocne i słabe strony firmy w porównaniu do konkurentów. Pod uwagę bierzemy także cechy związane z know-how. Szanse i zagrożenia natomiast dotyczą otoczenia firmy, czyli tego, na co nie do końca mamy wpływ, a co wpływa na naszą działalność.

JAKIE NAJCZĘŚCIEJ BŁĘDY POPEŁNIA SIĘ PODCZAS OPRACOWYWANIA BIZNESPLANU?

Przed wszystkim należy pamiętać, że błędów nie robi tylko ten, kto nic nie robi. Gdy jesteśmy lepiej przygotowani i mamy większą wiedzę, błędy na pewno będą mniejsze i mniej odczuwalne.

Jeśli chodzi o biznesplan, to najczęściej zbyt optymistycznie podchodzimy do jego założeń. Później się okazuje, że nie jest tak kolorowo, i wszystko bierze w łeb. To trochę tak, jakby próbować siebie oszukać. A nie o to chodzi przecież. Biznesplan ma być jak najbardziej realny.

Innym częstym błędem jest niedokładne sprawdzenie potrzebnych informacji, co skutkuje tym, że pojawiają się rzeczy lub zdarzenia, których nie przewidzieliśmy. Dlatego potrzeba czasu, aby napisać biznesplan i zweryfikować wszystkie dane.

Biznesplan piszemy przede wszystkim dla siebie. To my jako osoby, które chcą otworzyć firmę czy wejść w kolejny projekt, musimy posiadać największą wiedzę, aby podjąć decyzję, czy warto zaryzykować. Bo odpowiedź na pytanie „Czy warto podjąć ryzyko?” przyniesie dobry biznesplan. Im lepiej się przygotujesz, tym większa pewność, że decyzja, którą podejmiesz, będzie właściwa. Im lepiej się przygotujesz, tym większe szanse powodzenia. A gdy dobrze wystartujesz, możesz zacząć myśleć o rozwijaniu firmy.

Dlaczego?

Dlaczego robisz to, co robisz?

Pamiętasz ten dzień, kiedy w Twojej głowie po raz pierwszy pojawiła się myśl: „Fajnie byłoby na swoim...!”? Może miałeś dość szefa, menedżera, przełożonych, szklanego sufitu, ograniczeń finansowych. Może chciałeś zrobić to dla siebie. Może chciałeś, żeby płacono Ci za rozwiązanie problemu, które opracowałeś. Może inni tego nie rozumieli. Bo choć jednych paraliżuje sama myśl o założeniu własnej działalności, inni są przekonani, że to nie jest aż tak trudne. A być może masz za sobą wspaniałą karierę zawodową i chcesz spróbować czegoś swojego. Albo Twoja rodzina od pokoleń prowadzi firmę i w spadku dostałeś udziały.

Przenieś się teraz do tego momentu, w którym w Twojej głowie i w Twoim sercu zapadła decyzja, że poprowadzisz biznes i rozwiniesz firmę. Odpowiedz, proszę, na pytania: „Co było Twoją podstawową motywacją? Dlaczego?”

Nigdy nie miałem problemu z wykonywaniem ćwiczeń – ani podczas szkoleń stacjonarnych czy kursów online, ani podczas pracy z książką. Takie podejście wydawało mi się oczywiste (mam nadzieję, że myślisz podobnie). Na pytanie o to, co powoduje, że jedni osiągają wyniki, inni nie, Kamila Rowińska – moja coach i mentorka – odpowiedziała: „Wiesz czy robisz? Wszystko zależy od tego, czy zrobisz to, co jest do zrobienia, czyli czy wykonasz ćwiczenia i po przeczytaniu wdrożysz to w życie i w biznes”. Jako przykład podała właśnie mnie, ponieważ w trakcie szkoleń byłem – i jestem – zaangażowany. Po powrocie wracam do notatek i wdrażam jedno za drugim.

Jeśli jeszcze nie zapisałeś odpowiedzi... Masz to zrobić. Nie interesuje mnie, że masz to w głowie i wydaje Ci się to oczywiste. Zapisz to, proszę, jeśli chcesz mieć wyniki!

Często słyszę, że ktoś chce mieć wyniki dokładnie takie, jakie ma osoba, którą podziwia. Tyle że gdy przychodzi do realizacji zadań i założeń, stara się pójść na skróty.

Nie wierzę w drogę na skróty. Za każdy sukces trzeba zapłacić cenę. Dlatego zapisz odpowiedź na powyższe pytanie.

Jeżeli to zrobiłeś, zastanów się teraz, proszę, nad swoją obecną sytuacją.

Dlaczego prowadzisz biznes? Co Cię motywuje? Nadal czujesz ten ogień? Jakie są Twoje nowe doświadczenia? Czy wciąż potrafisz marzyć i wierzyć, że osiągniesz wielkie cele? Czy ta książka jest jednym z kroków do ich osiągnięcia? A może dopiero po przeczytaniu postanowiłeś zdecydować, czy na pewno chcesz nadal to robić?

Mam nadzieję, że i w jednym, i drugim wypadku rozwiniesz się pięknie i osiągniesz swoje cele. Zanim to jednak nastąpi,



KSIAŻKĘ KUPISZ TUTAJ:
WWW.MARCINKOKOSZKA.COM
