**IDEA - ¿Cuál es la idea de negocio?**

¿Qué quiere vender, producir, ofrecer?

¿Cómo funciona su producto?

¿Cómo se fabrica su producto?

¿Qué necesita para ello?

**CLIENTES - ¿Quiénes son sus clientes (potenciales)?**

Explique sus segmentos de clientes individuales mediante:

La edad,

el género,

ingresos,

ocupación,

hábitos de compra,

clientes particulares o empresariales.

¿Tiene ya clientes de referencia?

¿Qué necesidades conoce de sus clientes?

¿Cómo satisface estas necesidades con su oferta?

¿Qué retos ve en la captación de clientes?

¿Cómo quiere llegar a sus clientes?

¿Qué herramientas necesita?

**MERCADO Y COMPETENCIA**

Junto con la planificación financiera (es decir, las cifras), el análisis del mercado y de la competencia es el núcleo de un plan de negocio.

plan de negocios. En este capítulo, presenta las perspectivas de éxito de su empresa de nueva creación mediante un análisis detallado del sector, el mercado y la situación de la competencia, y determina el potencial de mercado que tiene su producto o servicio.

que tiene su producto o servicio.

¿Qué tiene de especial su oferta?

¿Hay ofertas comparables?

¿Qué le hace diferente?

¿Cuáles son las tendencias?

¿Qué quieren los consumidores?

¿Qué nichos no están todavía ocupados?

¿Qué tamaño tiene su mercado?

¿Qué tamaño tiene la competencia?

¿Qué hace bien la competencia?

¿Qué puede hacer mejor?

¿Por qué acuden los clientes a usted?

¿Qué potencial quiere explotar?

¿Cuál es su estrategia de precios y por qué?

**MARKETING Y VENTAS**

Su concepto de marketing y ventas muestra en detalle cómo quiere llegar al grupo objetivo y qué costes tiene

que calculen los costes de esto. Por lo tanto, responda a estas preguntas:

¿Cómo funciona la venta en su empresa?

¿A cuánto ascienden las ventas previstas y en qué periodos de tiempo?

¿Qué medios publicitarios quiere utilizar?

¿Cuál es el presupuesto para esto?

¿Cuál es el calendario de publicidad y venta?

¿Qué socios de distribución necesita?

¿Cuáles son los costes de distribución?

¿Qué canales de comercialización quiere utilizar?

**ORGANIZACIÓN**

¿En qué fallan los fundadores? ¡El dinero y ellos mismos! Por eso todos los inversores quieren saber siempre

cómo se ha constituido jurídicamente, con qué equipo cuenta y cómo quiere gestionar el día a día de la empresa. Así que describa con mucha precisión:

¿Qué forma jurídica (UG haftungsbeschränkt, GbR, GmbH, AG) desea utilizar y por qué?

¿Qué formalidades legales tiene que cumplir (por ejemplo, el nombre de la empresa)?

¿Qué autorizaciones técnicas son necesarias?

¿Qué derechos de patente o modelo de utilidad posee o necesita (registro de marca)?

¿Qué forma de organización empresarial elige?

¿Quién es responsable de qué?

¿Cómo se garantiza un control cuidadoso?

¿Cuántos empleados espera?

¿Qué cualificación debe tener su personal?

¿Qué formación adicional tiene prevista para su personal?

**PLAN DE FINANCIACIÓN**

Aquí es donde se llega a la esencia: todos los que tengan en sus manos su plan de negocio leerán esta parte con especial atención. Como el plan de financiación es especialmente importante e verá en el próximo video.