

BUSINESSPLAN

MASSEUR / MASSAGESTUDIO

NAME, VORNAME

Straße, Hausnummer

Postleitzahl, Ort

ihremail@email.de

12345/1234567

INHALTSVERZEICHNIS

| | |
|---|-----------|
| 1. MANAGEMENT SUMMARY | 3 |
| 2. GESCHÄFTSMODELL | 5 |
| 2.1 ANGEBOTSBESCHREIBUNG | 5 |
| 2.2 ZIELGRUPPE | 7 |
| 2.3 KUNDENNUTZEN, ERFOLGSFAKTOREN UND WETTBEWERBSVORTEILE | 8 |
| 3. UNTERNEHMEN | 9 |
| 3.1 UNTERNEHMENSFÜHRUNG | 9 |
| 3.2 MITARBEITER | 9 |
| 3.3 PARTNER | 10 |
| 3.4 GRÜNDUNGSVORAUSSETZUNGEN | 10 |
| 3.5 RECHTSFORM | 11 |
| 3.6 VERSICHERUNGEN | 12 |
| 3.7 STANDORT | 13 |
| 3.8 CORPORATE IDENTITY (CI) | 14 |
| 4. MARKT UND WETTBEWERB | 15 |
| 4.1 MARKTANALYSE | 15 |
| 4.2 WETTBEWERBSANALYSE | 16 |
| 5. MARKETINGKONZEPT | 18 |
| 5.1 VERTRIEBSWEGE | 18 |
| 5.2 PREISKALKULATION | 19 |
| 5.3 MARKETING-MIX | 20 |
| 5.3.1 <i>Offline-Marketing</i> | 20 |
| 5.3.2 <i>Online-Marketing</i> | 21 |
| 6. FINANZPLANUNG | 22 |
| 6.1 KAPITALBEDARFSPLANUNG | 22 |
| 6.2 FINANZIERUNGSPLANUNG | 23 |
| 6.3 UMSATZPLANUNG | 24 |
| 6.4 KOSTENPLANUNG | 25 |
| 6.5 RENTABILITÄTSPLANUNG | 33 |
| 6.6 LIQUIDITÄTSPLANUNG | 38 |
| 7. SWOT-ANALYSE (STÄRKEN, SCHWÄCHEN, CHANCEN, RISIKEN) | 49 |
| 8. MEILENSTEINPLANUNG | 51 |
| 9. ERFOLGSKENNZAHLEN (KPI) | 52 |

ANLAGEN

LEBENSÄUFE

ARBEITSVERTRÄGE

1. Management Summary

Diese Ausarbeitung beschreibt das Existenzgründungsvorhaben/die Übernahme/die Neuausrichtung eines Massagestudios.

Das Angebot des Massagestudios umfasst klassische Massagen (z.B. Teilmassage, Vollmassage, Rückenmassage, Fußreflexzonenmassage), Wellnessmassagen (z.B. Hot Stone Massage, Klangschalenmassage, Fangomassage) und medizinische Massagen (z.B. Lymphdrainage, Bindegewebemassage).

Zielgruppen des Masseurs sind Entspannungssuchende, Gesundheitsbewusste, Menschen mit Verspannungen oder chronischen Schmerzen, Rückengeplagte, Sportler und Büromenschen aller Altersschichten, allerdings häufig über 50-jährige. Die Zielgruppe ist zu 75 % weiblich und zu 25 % männlich. Durch eine erstklassige Qualität, ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis und überdurchschnittlichen Service entsteht ein hoher Kundennutzen. Darüber hinaus erreicht das Angebot einige Wettbewerbsvorteile. Die gesamte Übersicht ist unter Gliederungspunkt 2.3 zu finden.

.....

Ende der Leseprobe

[Hier klicken und den vollständigen Businessplan Masseur / Massagestudio herunterladen!](#)