

# BUSINESSPLAN

---

## MOBILER FRISEUR

**NAME, VORNAME**

Straße, Hausnummer

Postleitzahl, Ort

[ihremail@email.de](mailto:ihremail@email.de)

12345/1234567

# INHALTSVERZEICHNIS

---

<b>1. MANAGEMENT SUMMARY</b> .....	<b>3</b>
<b>2. GESCHÄFTSMODELL</b> .....	<b>5</b>
2.1 ANGEBOTSBESCHREIBUNG .....	5
2.2 ZIELGRUPPE .....	9
2.3 KUNDENNUTZEN, ERFOLGSFAKTOREN UND WETTBEWERBSVORTEILE .....	10
<b>3. UNTERNEHMEN</b> .....	<b>11</b>
3.1 UNTERNEHMENSFÜHRUNG .....	11
3.2 MITARBEITER .....	11
3.3 PARTNER .....	12
3.4 GRÜNDUNGSVORAUSSETZUNGEN .....	12
3.5 RECHTSFORM .....	13
3.6 VERSICHERUNGEN .....	13
3.7 STANDORT .....	14
3.8 CORPORATE IDENTITY (CI) .....	16
<b>4. MARKT UND WETTBEWERB</b> .....	<b>16</b>
4.1 MARKTANALYSE .....	16
4.2 WETTBEWERBSANALYSE .....	19
<b>5. MARKETINGKONZEPT</b> .....	<b>21</b>
5.1 VERTRIEBSWEGE .....	21
5.2 PREISKALKULATION .....	22
5.3 MARKETING-MIX .....	23
5.3.1 <i>Offline-Marketing</i> .....	23
5.3.2 <i>Online-Marketing</i> .....	24
<b>6. FINANZPLANUNG</b> .....	<b>25</b>
6.1 KAPITALBEDARFSPLANUNG .....	25
6.2 FINANZIERUNGSPLANUNG .....	26
6.3 UMSATZPLANUNG .....	28
6.4 KOSTENPLANUNG .....	29
6.5 RENTABILITÄTSPLANUNG .....	38
6.6 LIQUIDITÄTSPLANUNG .....	43
<b>7. SWOT-ANALYSE (STÄRKEN, SCHWÄCHEN, CHANCEN, RISIKEN)</b> .....	<b>55</b>
<b>8. MEILENSTEINPLANUNG</b> .....	<b>57</b>
<b>9. ERFOLGSKENNZAHLEN (KPI)</b> .....	<b>58</b>

## ANLAGEN

LEBENSÄUFE

ARBEITSVERTRÄGE

## 1. Management Summary

Diese Ausarbeitung beschreibt das Existenzgründungsvorhaben/die Übernahme/die Neuausrichtung eines mobilen Friseurunternehmens.

In Abgrenzung zum Haarschnitt im Friseursalon kann der mobile Friseur beim Kunden zuhause in Anspruch genommen werden. Das Angebot des mobilen Friseurs umfasst Damen-, Herren- und Kinderhaarschnitte, Tönungen, Färbungen, Dauerwellen, Hairstyling, Haarglättung, Kopfmassagen und Herrenrasuren. Das Angebot wird durch Haarpflegeprodukte abgerundet.

Die erste Zielgruppe des mobilen Friseurs sind Menschen mit wenig Zeit, z.B. Selbstständige, Freiberufler, Manager und Führungskräfte. Eine zweite Zielgruppe sind Personen mit eingeschränkter Mobilität, z.B. Senioren, Körperbehinderte oder Kranke. Darüber hinaus werden mobile Friseure gerne von größeren Familien in Anspruch genommen, um den Bedarf aller Familienmitglieder zu bündeln. Es wird ein Stammkundenanteil von 85% angestrebt. 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 Mobiler Friseur herunterladen!](#)