

BUSINESSPLAN

HÖRGERÄTEAKUSTIKER

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 | 6 |
| 2.3 KUNDENNUTZEN, ERFOLGSFAKTOREN UND WETTBEWERBSVORTEILE | 6 |
| 3. UNTERNEHMEN | 8 |
| 3.1 UNTERNEHMENSFÜHRUNG | 8 |
| 3.2 MITARBEITER | 8 |
| 3.3 PARTNER | 9 |
| 3.4 GRÜNDUNGSVORAUSSETZUNGEN | 9 |
| 3.5 RECHTSFORM | 10 |
| 3.6 VERSICHERUNGEN | 11 |
| 3.7 STANDORT | 12 |
| 3.8 CORPORATE IDENTITY (CI) | 13 |
| 4. MARKT UND WETTBEWERB | 14 |
| 4.1 MARKTANALYSE | 14 |
| 4.2 WETTBEWERBSANALYSE | 17 |
| 5. MARKETINGKONZEPT | 19 |
| 5.1 VERTRIEBSWEGE | 19 |
| 5.2 PREISKALKULATION | 19 |
| 5.3 MARKETING-MIX | 21 |
| 5.3.1 <i>Offline-Marketing</i> | 21 |
| 5.3.2 <i>Online-Marketing</i> | 22 |
| 6. FINANZPLANUNG | 23 |
| 6.1 KAPITALBEDARFSPLANUNG | 23 |
| 6.2 FINANZIERUNGSPLANUNG | 24 |
| 6.3 UMSATZPLANUNG | 25 |
| 6.4 KOSTENPLANUNG | 26 |
| 6.5 RENTABILITÄTSPLANUNG | 36 |
| 6.6 LIQUIDITÄTSPLANUNG | 41 |
| 7. SWOT-ANALYSE (STÄRKEN, SCHWÄCHEN, CHANCEN, RISIKEN) | 54 |
| 8. MEILENSTEINPLANUNG | 56 |
| 9. ERFOLGSKENNZAHLEN (KPI) | 57 |

ANLAGEN

LEBENSÄUFE

ARBEITSVERTRÄGE

1. Management Summary

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

Das Angebot des Hörgeräteakustikers umfasst die Durchführung von Hörtests und den Verkauf von Hörgeräten für Kinder, Erwachsene und Senioren. Ziel ist es, Menschen durch kompetente und vertrauensvolle Beratung die Angst vor der Hörhilfe zu nehmen und diesen somit zu besserem Hören und gesteigerter Lebensqualität zu verhelfen. Das Angebot an Hörgeräten umfasst Marken-Hörgeräte aller Leistungs- und Preisklassen. Es werden „Hinter-dem-Ohr-Geräte (HdO)“, „Im-Ohr-Geräte (IdO)“, „Empfänger-im-Ohr-Hörgeräte (RITE)“, „Empfänger-im-Gehörgang-Hörgeräte (RIC)“ und „Gehörgangsgeräte (CIC)“ angeboten. Das Angebot wird durch Serviceleistungen rund um das Hörgerät komplettiert.

Zur Zielgruppe des Hörgeräteakustikers gehören Personen mit eingeschränkter Hörfähigkeit, vorrangig Menschen ab 50 Jahre. Die Zielgruppe ist zu 80% männlich und zu 20% weiblich. Das Zielgebiet umfasst einen Umkreis von 15 km um den Hörgeräteakustiker (direktes Zielgebiet). 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 Hörgeräteakustiker herunterladen!](#)