

BUSINESSPLAN

WELLNESS-PRAXIS / SPA

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 | 12 |
| 3.6 VERSICHERUNGEN | 13 |
| 3.7 STANDORT | 14 |
| 3.8 CORPORATE IDENTITY (CI) | 15 |
| 4. MARKT UND WETTBEWERB | 16 |
| 4.1 MARKTANALYSE | 16 |
| 4.2 WETTBEWERBSANALYSE | 18 |
| 5. MARKETINGKONZEPT | 20 |
| 5.1 VERTRIEBSWEGE | 20 |
| 5.2 PREISKALKULATION | 21 |
| 5.3 MARKETING-MIX | 22 |
| 5.3.1 <i>Offline-Marketing</i> | 22 |
| 5.3.2 <i>Online-Marketing</i> | 24 |
| 6. FINANZPLANUNG | 25 |
| 6.1 KAPITALBEDARFSPLANUNG | 25 |
| 6.2 FINANZIERUNGSPLANUNG | 25 |
| 6.3 UMSATZPLANUNG | 27 |
| 6.4 KOSTENPLANUNG | 28 |
| 6.5 RENTABILITÄTSPLANUNG | 38 |
| 6.6 LIQUIDITÄTSPLANUNG | 42 |
| 7. SWOT-ANALYSE (STÄRKEN, SCHWÄCHEN, CHANCEN, RISIKEN) | 55 |
| 8. MEILENSTEINPLANUNG | 57 |
| 9. ERFOLGSKENNZAHLEN (KPI) | 58 |

ANLAGEN

LEBENSÄUFE

ARBEITSVERTRÄGE

1. Management Summary

Diese Ausarbeitung beschreibt das Existenzgründungsvorhaben/die Übernahme/die Neuausrichtung einer Wellness-Praxis.

Das Angebot der Wellness-Praxis besteht aus Teilmassagen, Vollmassagen, Wellnessmassagen, Packungen, Entspannungsbädern, Wärmeanwendungen (Fango, Heißluft) sowie Dampf- und Saunabädern. Das Angebot wird durch eine Spa-Bar abgerundet, an der Getränke und Snacks erhältlich sind.

Die Zielgruppen für die Wellness-Praxis reichen von der entspannungssuchenden Führungskraft über den verspannten Sportler in der Regenerationsphase bis zum körper- und gesundheitsbewussten Wellness-Fan. Die Zielgruppe umfasst mittlere bis gehobene Gesellschaftsschichten. Das Ziel ist der Aufbau von Stammkunden. 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 Wellness-Praxis / Spa herunterladen!](#)