

BUSINESSPLAN

SÜSSWAREN SHOP

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	7
3. UNTERNEHMEN	9
3.1 UNTERNEHMENSFÜHRUNG	9
3.2 MITARBEITER	9
3.3 PARTNER	9
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	17
5. MARKETINGKONZEPT	19
5.1 VERTRIEBSWEGE	19
5.2 PREISKALKULATION	20
5.3 MARKETING-MIX	20
5.3.1 <i>Offline-Marketing</i>	21
5.3.2 <i>Online-Marketing</i>	21
6. FINANZPLANUNG	23
6.1 KAPITALBEDARFSPLANUNG	23
6.2 FINANZIERUNGSPLANUNG	24
6.3 UMSATZPLANUNG	25
6.4 KOSTENPLANUNG	26
6.5 RENTABILITÄTSPLANUNG	35
6.6 LIQUIDITÄTSPLANUNG	40
7. SWOT-ANALYSE (STÄRKEN, SCHWÄCHEN, CHANCEN, RISIKEN)	52
8. MEILENSTEINPLANUNG	54
9. ERFOLGSKENNZAHLEN (KPI)	55

ANLAGEN

LEBENS-LÄUFE

ARBEITSVERTRÄGE

1. Management Summary

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

Das kulinarische Angebot des Süßwarengeschäfts umfasst Bonbons, Brausepulver, Kaugummi, Lutscher, Riegel, Schokolade, Fruchtgummi, Lakritz, Gebäck, Knabberartikel, Popcorn und Traubenzucker.

Die Zielgruppen des Süßwarengeschäfts sind Kinder, Jugendliche und Erwachsene, wobei tendenziell mit einer Konzentration auf eine jüngere Zielgruppe zu rechnen ist. Angestrebt wird der Aufbau von Stammkunden, was durch zufriedene Erstkunden ermöglicht wird. 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 Süßwaren Shop herunterladen!](#)