

راهنمای جامع نوشتن طرح تجاری برای اپلیکیشن موبایل

اگر ایده تجاری برای یک اپلیکیشن موبایل دارید اما در مورد نحوه ایجاد و نوشتن طرح تجاری (بیزینس پلن) خود مطمئن نیستید، این مقاله می‌تواند به شما کمک کند. بیزینس پلن نه تنها هنگام راه اندازی یک کسب و کار، بلکه برای تغییرات آینده یا گسترش کسب و کار فعلی شما یک ابزار ضروری محسوب می‌شود. جای تعجب نیست که بسیاری از مردم طرح های تجاری را بیش از حد گیج کننده می‌دانند! بنابراین ما تهیه آن را به مراحل ساده ای تقسیم کردیم و نمونه هایی را ارائه دادیم تا کار سختی به نظر نرسد.

این یک واقعیت است که کسب و کارها، خواه در مقیاس سازمانی باشند یا استارت‌آپ ها، برای دستیابی به مخاطبان گسترده تر و هدف قرار دادن کاربران بیشتر، نیاز به طراحی اپلیکیشن های موبایلی دارند. شما برای توسعه و ساخت اپلیکیشن خود، باید به طرح توجیهی کامل ایجاد کنید که تمام هزینه های توسعه اپلیکیشن، از جمله برنامه ریزی، طراحی، بازاریابی و پشتیبانی پس از فروش را پوشش دهد.

سنگ بنای هر پروژه موفق ایده پردازی، برنامه ریزی و اجرا است. در دنیای همیشه در حال تغییر دیجیتال، داشتن یک ایده خوب به تنهایی کافی نیست، عدم توجه به توسعه یک طرح تجاری کامل برای اپلیکیشن موبایل می‌تواند به قیمت عدم موفقیت آن تمام شود.

طرح تجاری یا بیزینس پلن چیست؟

طرح تجاری برای یک اپلیکیشن موبایل سندی است که کل استراتژی کسب و کار شما را مشخص می‌کند. این طرح شامل یک نمای کلی از محصول، برنامه بازاریابی، تجزیه و تحلیل رقبا و امور مالی اولیه مانند پیش بینی های مالی در آینده نزدیک می‌باشد. می‌توان از این طرح برای بررسی عملکرد گذشته شرکت و تصمیم گیری در مورد مراحل آینده مانند جمع آوری سرمایه، تغییر مدل های کسب و کار، یا تخصیص منابع استفاده کرد. طرح تجاری ممکن است شامل ارقامی مانند پیش بینی های مالی در آینده نزدیک نیز باشد.

اگر صاحب یک استارت‌آپ هستید و در حال حاضر برای آن بودجه جمع‌آوری می‌کنید، ممکن است به فکر تهیه یک طرح تجاری و خلاصه اجرایی چشمگیر باشید.

Pitch Deck ارائه مختصری است که معمولاً از چند اسلاید پاور پوینت تشکیل شده و نمایشی بصری از طرح تجاری اپلیکیشن موبایل شما و معرفی ایده را برای سرمایه گذاران ارائه می‌دهد. (اصطلاح Pitch Deck معادل فارسی ندارد)

خلاصه اجرایی یک سند کوتاه ۱ تا ۳ صفحه است که طرح تجاری برنامه تلفن همراه شما را به روشی بسیار شبیه به Pitch Deck ارائه می‌کند، اما به جای تصاویر بیشتر از کلمات بهره می‌گیرد. همه ما می‌دانیم که متقاعد کردن سرمایه گذاران ممکن است دشوار باشد، اما داشتن این سه، یعنی یک طرح تجاری، یک طرح

اولیه و یک خلاصه اجرایی شواهدی را مبنی بر درستی ایده شما ارائه می دهد و نشان می دهد که شما الزامات موفقیت در این صنعت را می دانید.

چرا برای اپلیکیشن موبایل خود به یک طرح تجاری نیاز دارید؟

شناخت رقبا

بازار اپلیکیشن ها به طور مداوم در حال رشد است، و روز به روز کسب و کارها و کارآفرینان بیشتری تصمیم می گیرند تا قبل از اینکه این صنعت اشباع شود، وارد آن شوند. تلفن های همراه بخاطر عملکردها و ویژگی های نرم افزاری (نصب اپلیکیشن)، بسیار مورد توجه کسب و کارها می باشند.

در سال ۲۰۲۲، حدود ۳/۴۸ میلیون برنامه در Google play و ۲/۲۲۶ میلیون برنامه در اپ استور اپل منتشر شده بود. تعداد دقیق برنامه ها ممکن است در نوسان باشد زیرا اپل و گوگل به طور منظم محتوای کم کیفیت را از استور های خود حذف می کنند، اما تعداد برنامه ها در طول سال ها به طور پیوسته در حال افزایش می باشد.

هر چقدر هم که این آمار جذاب به نظر برسند، اما باز هم توسعه یک اپلیکیشن ارزشمند و سودآور کار آسانی نیست. اولین قدم برای توسعه یک اپلیکیشن موبایلی موفق، تهیه یک طرح تجاری برای آن است. اگرچه نوشتن یک طرح تجاری موفقیت اپلیکیشن را تضمین نمی کند، اما در مسیر کارآفرینی همراهمان خواهد بود.

تهیه طرح تجاری به کاهش ریسک مالی کمک می کند

بدون شک، راه اندازی یک کسب و کار جدید با ریسک مالی همراه است. بسیاری از کسب و کارها در چند سال اول شکست خواهند خورد و تهیه طرح تجاری یکی از اولین گام ها برای کاهش ریسک مالی است.

نکته مهمی که باید هنگام شروع یک کسب و کار جدید به خاطر بسپارید این است که قبل از ورود به این صنعت، به زمان و سرمایه نیاز دارید. تحقیقات درباره بازار می تواند به تعیین فاکتورهای موفقیت یا عدم موفقیت ایده شما کمک کند، اما اگر شرایط بازار بد باشد ممکن است شروع این فعالیت بیشتر ضرر ده باشد تا سود ده.

اولین قدم برای هر کارآفرین مشتاقی که به دنبال راه اندازی شرکت خود است، این است که بداند چه مقدار پول باید سرمایه گذاری کند و همچنین به چه نوع بازگشت سرمایه ای (ROI) از سرمایه گذاری خود امیدوار باشد. این کار به معنای در نظر گرفتن همه جنبه ها مانند هزینه های بازاریابی و طراحی و در عین حال مواردی مانند رقابت در ردیف های برتر یک صنعت است. هنگامی که همه این اطلاعات جمع آوری شد، حال تحقیق در مورد بازار فعلی از طریق تجزیه و تحلیل روندهای اخیر، نتایج بهتری را به ارمغان می آورد.

طرح تجاری به شما کمک می کند تا به درستی وارد بازار شوید

چالش ها بخشی از بازی هستند. اما اگر یک قدم به عقب بازگردید و به طرح اولیه خود نگاه کنید، می توانید به راحتی بر این چالش ها غلبه کنید، زیرا با این کار به خود یادآوری می کنید که چرا اصلاً این کار را شروع کرده اید!

نوشتن یک طرح تجاری برای اپلیکیشن موبایل به شما کمک می کند تا شناخت بیشتری از بازار کسب کنید. به این صورت، تعیین اهداف و اولویت های شما آسان تر می شود و راه را برای پیش بینی های دقیق که به طور خاص برای نیازهای کسب و کار شما طراحی شده اند، باز می کند. نوشتن یک طرح تجاری می تواند شانس موفقیت شما را افزایش دهد، زیرا با این طرح خطرات احتمالی را پیش بینی می کنید و همچنین از طریق به اشتراک گذاشتن ایده ها یا داستان هایی درباره آنچه که الهام بخش شماست، می توانید روحیه خود را حفظ کنید.

طرح تجاری تیم شما را هماهنگ نگه می دارد

این طرح به شما، تیم و سرمایه گذاران کمک می کند تا مشکلاتتان را حل، و همچنین رقابت و نحوه برنامه ریزی برای دستیابی به اهداف خود را درک کنید. به عبارت دیگر، طرح تجاری، شما و تیمتان را در مسیر درستی برای رسیدن به موفقیت قرار می دهد.

داشتن یک طرح تجاری برای اپلیکیشن موبایل چشم اندازی از وظایف حیاتی را به شما ارائه می دهد و به شما کمک می کند که آنها را به فرد مناسبی واگذار کنید. این طرح شما و تیمتان را متمرکز نگه می دارد، علاوه بر این، تأثیر زیادی بر رضایت مدیران شرکت دارد.

مطالعات McKinsey & Company که نزدیک به ۸۰۰ مدیر را در طیف وسیعی از صنایع مورد بررسی قرار داده است نیز این نتیجه را تأیید می کند. مک کینزی در این مطالعات دریافت که «فرایندهای برنامه ریزی استراتژیک نقش مهمی در بهبود رضایت کلی از توسعه استراتژیک شرکت ایفا می کنند.» اهمیت آنها را می توانیم از پاسخ های ۷۹ درصد از مدیرانی که مدعی بودند فرایندهای برنامه ریزی نقش مهمی در توسعه استراتژی ها ایفا کرده و از رویکرد شرکت خود راضی بودند، در مقایسه با تنها ۲۱ درصد از پاسخ دهندگان که احساس می کردند این فرآیند نقش مهمی ندارند، درک کنیم. ۵۱ درصد از پاسخ دهندگانی که شرکت هایشان هیچ فرآیند برنامه ریزی رسمی نداشتند، از رویکرد خود برای توسعه استراتژیک ناراضی بودند، در مقابل، تنها ۵۰ درصد از شرکت کنندگانی که در شرکت هایی با فرآیند رسمی برنامه ریزی حضور داشتند از رویکرد شرکت ابراز نارضایتی کردند.

چگونه یک طرح تجاری برای یک اپلیکیشن موبایل بنویسیم

ایده های تجاری جدید و نوآورانه به بهترین شکل از طریق مستندسازی، سازماندهی می شوند. مهم نیست در چه صنعتی فعالیت دارید اما یک ایده را نمی توان بدون مستندسازی به طور کامل درک کرد. توسعه اپلیکیشن موبایل نیز از این نظر مستثنی نیست!

اگرچه هر ایده و طرح تجاری در نوع خود منحصر به فرد است، اما یک طرح تجاری خوب معمولاً شامل موارد زیر است:

- نمای کلی برنامه
- نحوه کسب درآمد (پیشنهاد فروش)
- تحلیل بازار
- برآورد هزینه های بازاریابی
- پیش بینی درآمد
- طرح بازاریابی و استراتژی راه اندازی
- سود/زیان پیش بینی شده
- تجزیه و تحلیل تعادل سود و زیان
- پیش بینی جریان نقدی

طرح تجاری را کوتاه و دقیق نگه دارید

طرح های تجاری برای سرمایه گذاران و کسانی که در موقعیت های استراتژیک قرار دارند نوشته می شوند، برای همین است که باید آن را کوتاه و مختصر نگه دارید. هیچ کس از خواندن طرح های تجاری طولانی خوشش نمی آید. بسیاری از ما زمان کمی داریم، بنابراین وقتی سندی را می بینیم که حدود ۱۰۰ صفحه است، ناگهان از خواندن آن منصرف می شویم.

گفتنی است که ایده شما ممکن است به توضیح مفصلی برای رساندن پیامتان نیاز داشته باشد، پس بسته به هدف ایده خود باید به طول و محتوای طرح تجاری فکر کنید. به عنوان یک قاعده کلی، طرح های تجاری که به صورت داخلی مورد استفاده قرار می گیرند، کوتاه و مختصر هستند، و طرح های تجاری که به دنبال بودجه های میلیون دلاری هستند، مفصل و طولانی خواهند بود.

واقع بین اما خلاق باشید

مهم است که هنگام نوشتن طرح تجاری خود واقع بین و صادق باشید. بنابراین، برای تکمیل ایده ای که ممکن است به نتیجه نرسد، ساعات زیادی صرف نکنید! به جای اینکه خیلی کودکانه وقت خود را صرف فکر کردن

در مورد آن کنید، به طور واقع بینانه تری بیاندیشید. فکر کنید در حال تهیه نوعی طرح اولیه برای چیزی بسیار بزرگتر از یک شخص یا شرکت هستید. البته همچنان راه هایی وجود دارد که بتوانید خلاقیت را در این فرآیند بگنجانید. از طرح های رنگی و خلاقانه در طراحی هر صفحه جلد طرح خود استفاده کنید، برای مثال، مطمئن شوید که افکار تان با استفاده از فونت های ساده و بولد کردن برخی نکات خواناتر هستند، در این صورت نکات مهم از سایر بخش ها متمایز می شوند. اما به یاد داشته باشید: قبل از اینکه کارهای خلاقانه و جالب کنید، افکار تان را واقع بینانه نگه دارید.

به خاطر داشته باشید که هنگام نوشتن طرح تجاری، باید از نکات کلیدی، تصاویر و نمودارها استفاده کنید. انجام این کار به شما کمک می کند تا ایده خود را برای تماشاگران و یا شنوندگان راحت تر به واقعیت تبدیل کنید. بعلاوه اگر مخاطبان شما در درک آنچه گفته می شود مشکل داشته باشند، با این کار بر خواندن یا گوش دادن متمرکز می شوند. هیچ کس نمی خواهد توجه اش از چیز مهمی دور شود!

با رشد کسب و کار تان، طرح تجاری خود را انطباق دهید

همیشه به یاد داشته باشید که طرح تجاری شما یک سند یکبار مصرف نیست، بررسی مجدد آن و ایجاد تغییرات در صورت لزوم بسیار مهم است. این کار تضمین می کند که شما در مسیر درستی حرکت می کنید، و زمانی که صحبت از تجزیه و تحلیل چیزهایی می شود که خوب کار می کنند یا درست کار نمی کنند، با طرح تجاری خود می توانید از همه فرصت ها برای رشد استفاده کنید.

طرح تجاری شما باید با تغییر شرایط منطبق باشد. ممکن است لازم باشد طرح خود را برای دور جدیدی از سرمایه گذاری یا مواجهه با مشکلات غیرمنتظره ای مانند بیماری کرونا بروزرسانی کنید، بنابراین مطمئن شوید که استراتژی شما همیشه زنده و بروز است!

در بخش زیر راهنمای دقیقی برای نوشتن یک طرح تجاری در اپلیکیشن موبایل و مواردی که باید در آن گنجانده شود، آماده کرده ایم.

قالب طرح تجاری برای اپلیکیشن موبایل

کاور طرح تجاری

جلد اول طرح تجاری اپلیکیشن موبایل شما نباید نادیده و کم اهمیت گرفته شود، زیرا اولین و مهم ترین چیزی است که سرمایه گذاران یا خوانندگان شما با آن تعامل خواهند داشت. معمولاً فقط با نگاه کردن به تصویر روی جلد طرح تجاری اپلیکیشن موبایل، می توانید درباره کسب و کار خود ایده بگیرید. پس وقت بگذارید و روی جلد جلویی طرح خود سرمایه گذاری کنید. ابزارهای زیادی وجود دارد که می تواند به شما در طراحی حرفه ای آن کمک کند.

فهرست مطالب

داشتن فهرستی از مطالب گنجانده شده در طرح تجاری شما، نمای کلی سریعی از محتویات این سند را ارائه می دهد و به خواننده کمک می کند تا در بخش های مختلف آن راحت تر جابجا شود. ناگفته نماند که این مورد باید در ابتدای طرح تجاری شما، درست بعد از صفحه جلد گنجانده شود.

خلاصه اجرایی

این اولین بخش از طرح تجاری شما است. خلاصه اجرایی معمولا در آخر نوشته می شود زیرا مقدمه ای برای کل طرح تجاری است.

یک خلاصه اجرایی خوب به دنبال پاسخ به سؤالات زیر است:

- چه مشکلی را می خواهید حل کنید؟
- راه حل شما برای حل مشکل چیست؟
- چگونه بازار را تغییر خواهد داد؟
- برای رسیدن به چه هدفی تلاش می کنید؟

همچنین، یک خلاصه اجرایی خوب موارد زیر را پوشش می دهد:

- خلاصه ای از مشکلی که شما حل خواهید کرد
- شرح مختصری از اهداف و چشم انداز
- مروری بر محصول و یا خدماتی که قرار است ارائه دهید
- خلاصه ای کوتاه از رقابت و مزایای رقابتی شما
- پیش بینی های مالی: هزینه ها و سود
- الزامات مالی (در صورت وجود)

نکته: به خاطر داشته باشید که بیشتر اوقات، سرمایه گذاران قبل از تصمیم به سرمایه گذاری یا عدم سرمایه گذاری در یک طرح تجاری، فقط خلاصه اجرایی را می خوانند. مطمئن شوید که این بخش از طرح تجاری اپلیکیشن موبایل شما متمایز و برجسته باشد و به خوبی نوشته شده است.

شرح کسب و کار شما

این بخش از طرح تجاری را به عنوان یک صفحه «درباره ما» در نظر بگیرید، این بخش باید نمای کلی جذابی از شرکت شما ارائه دهد تا مخاطب بیشتر جذب شود.

نمای کلی شرکت باید موارد زیر را پوشش دهد:

اطلاعات اولیه در مورد شرکت شما (ساختار شرکت، موقعیت مکانی، اینکه آیا تیم شما از راه دور کار می کند یا خیر و غیره)

تاریخچه شرکت (افراد دوست دارند بدانند که چگونه به ایده تامین مالی شرکت خود رسیدید، با چه چیزی شروع کردید و با چه چالش‌هایی در این مسیر سر و کار داشتید. از آنجایی که مردم داستان سرایی را دوست دارند، تاریخچه شرکت خود را به یک داستان جذاب تبدیل کنید).

تیم (طرح تجاری راه اندازی اپلیکیشن موبایل شما باید شامل توضیحات مختصری در مورد تیم‌تان باشد، این امر شرکت را به خواننده نزدیک تر می کند. معرفی تیم می تواند به سرمایه گذار کمک کند تا در مورد ورود به شرکت شما تصمیم بگیرد، زیرا او به این وسیله با متخصصانی که روی پروژه کار می کنند و وظایف آنها آشنا می شود).

تجزیه و تحلیل مسئله و راه حل

به عبارت دیگر، وقتی یک کسب و کار را راه اندازی می کنید، یعنی مشکل منحصر به فردی را که مشتریان بالقوه شما با آن مواجه هستند شناسایی کرده اید. این بخش برای توضیح این مشکل به طرح تجاری اضافه می شود.

ساده ترین راه برای توضیح این مشکل، پاسخ به سوالات زیر است:

- چه کسی با این مشکل مواجه است؟
- اثرات این مشکل چیست؟
- چرا حل این مشکل مهم است؟

هنگامی که شرح مشکل خود را می نویسید، فقط توضیح دهید که مشکل چقدر بزرگ است و چرا باید حل شود. ممکن است در یک زمان چندین مشکل وجود داشته باشد، اما همیشه سعی کنید روی مشکل اصلی تمرکز کنید زیرا حل یک مسئله خاص بر حل موارد کوچک تر ارجحیت دارد. شرح مشکل را تا حد امکان ساده نگه دارید و در جایی که می توانید از اعداد نیز استفاده کنید.

هنگامی که مشکل را توضیح دادید، گام بعدی این است که راه حل پیشنهادی خود را برای آن تعریف کنید. ما به شما توصیه می کنیم جزئیات راه حل را تا حد امکان ساده نگه دارید و فعلاً وارد جزئیات فنی زیادی نشوید.

نکته مهمی که باید در نظر داشته باشید این است که طول بخش "راه حل" بسته به ماهیت کسب و کار شما متفاوت است. اگر چیزی که ارائه می دهید یک محصول یا خدمت است، واضح است که باید در مورد این محصول (طراحی، ویژگی‌ها و غیره) بیشتر بنویسید.

سوالاتی که بخش راه حل شما باید به آنها پاسخ دهد:

- آیا محصول/خدمت در حال توسعه است یا بلافاصله در دسترس قرار می‌گیرد؟
- اگر محصول در دسترس نباشد، بازه زمانی تحویل آن چقدر است؟
- محصول شما چه تفاوتی با سایر محصولات موجود در بازار دارد؟

تحلیل بازار

عوامل زیادی در راه اندازی موفق یک اپلیکیشن دخیل هستند که مهمترین آنها، درک کامل یک صنعت جدید است. با کاوش در گذشته و حال، می‌توانید نحوه رشد یک صنعت را بهتر متوجه شوید! شما باید قبل از شروع کسب و کار خود مطمئن شوید که بازار مناسبی دارید. تحلیل بازار مهم ترین و کلیدی ترین عاملی است که موفقیت هر شرکتی را تعیین می‌کند.

هدف اصلی تحلیل بازار، شناسایی فرصت‌ها و ریسک‌های مرتبط با محصول یا خدمات شما است. این امر به شما کمک می‌کند تا بفهمید چه مقدار سرمایه‌گذاری برای بازاریابی باید انجام شود، این سرمایه‌ها در کجا به بهترین شکل خرج می‌شوند، و همچنین در مورد استراتژی بازاریابی چه تصمیم‌هایی باید گرفته شوند.

وقتی به دنبال تحلیل بازاریابی برای طرح تجاری اپلیکیشن موبایل خود هستید، باید موارد زیر را در نظر بگیرید:

بازار چقدر بزرگ است؟

شما باید تقاضای بازار را برای اپلیکیشن خود در نظر بگیرید. بازار در دسترس و قابل خدمات رسانی یعنی تعداد کاربرانی که می‌توانید با آنها ارتباط برقرار کنید، و همچنین بخش اول کاربران خود را نیز در نظر بگیرید. به عبارت دیگر، عددی که به دست می‌آید مشتریان بالقوه برای محصول/خدمت شماست.

آیا بازار تغییر می‌کند؟ اگر چنین است، چگونه؟

بازار سال‌ها پیش چگونه بوده و اکنون چگونه است؟ چه چیزی تغییر کرده است؟ چه تعداد از کسب و کارها در بازار موفق بوده‌اند و چه تعداد تاکنون شکست خورده‌اند؟ روندهای بازار در چه وضعیتی قرار دارند و موقعیت فعلی شرکت شما در مورد این روندها چگونه است.

شخصیت مشتری

تنها راه توسعه یک اپلیکیشن موفق این است که از چشم مشتریان خود به آن نگاه کنید. این بدان معنی است که شما باید مخاطبان هدف را درک کنید و یک پرتره دقیق از شخصی که برنامه شما به آن خدمت می‌کند ایجاد کنید. شخصیت مشتری چیزی بیش از سن، شغل و سطح تحصیلات است. این پروفایل شامل مواردی

مانند جنسیت یا سرگرمی‌ها می‌شود تا توسعه‌دهندگان تصور بهتری از افرادی که از این محصول استفاده می‌کنند داشته باشند.

دلیل شکست بسیاری از کسب‌وکارها همین عدم شناسایی درست شخصیت مشتری است (پرسونای مخاطب)، بیش از این نمی‌توانم به حیاتی بودن این عنصر برای موفقیت هر کسب‌وکاری تاکید کنم.

پروفایل شخصیت مشتری باید شامل عناصر زیر باشد:

جامعه شناسی: سن، جنسیت، نژاد، درآمد، خانواده، شغل و غیره.

جغرافیایی: موقعیت مکانی (محله، منطقه، شهری/روستایی، آنلاین)

روانشناسی: سبک زندگی، شخصیت و غیره

علاقه: سرگرمی‌ها، فعالیت‌ها و غیره

نیازهای مشتری

چگونه محصول/خدمت شما نیازهای او را برآورده می‌کند

تحلیل رقابتی

تحلیل رقابتی را نباید با تحلیل بازار اشتباه گرفت. این بخش در مورد یافتن رقبای مستقیم و غیرمستقیم، تجزیه و تحلیل نقاط قوت و ضعف، خدمات، ارزش‌گذاری، حضور آنلاین، استراتژی‌های بازاریابی و فروش و غیره است.

شناسایی رقبای شما می‌تواند با استفاده از ابزارهای خاص یا یک آژانس انجام شود. همچنین می‌توانید تحقیقات را خودتان هم انجام دهید. با این حال، رقبا را می‌توان به دو دسته مستقیم و غیرمستقیم تقسیم کرد. رقبای مستقیم کسانی هستند که خدمات/محصول/راه حل مشابهی را ارائه می‌دهند. رقبای غیرمستقیم آنهایی هستند که همان مشکل شما را با ارائه راه حل متفاوتی برای آن حل می‌کنند.

در مرحله بعدی پس از شناسایی رقبا، باید در طرح تجاری اپلیکیشن موبایل خود توضیح دهید که چرا و چگونه خدمت شما برتر خواهد بود و درباره مزیت رقابتی خود توضیح دهید. با انجام تحلیل SWOT می‌توانید به راحتی این کار را انجام دهید. SWOT مخفف عبارت‌های: Weaknesses, Strengths, Opportunities و Threats است.

استراتژی بازاریابی

اکنون زمان آن رسیده که توضیح دهید چگونه برنامه شما به دست کاربران بالقوه می‌رسد. استراتژی بازاریابی شما باید موارد زیر را پوشش دهد:

شناسایی کانال هایی که می توانید برای دسترسی و جذب مشتری از آنها استفاده کنید

اگر از رسانه های اجتماعی، کمپین های پولی، صفحات هدف و یا تبلیغات گوگل استفاده می کنید، اطلاعاتی در مورد کانال هایی که ممکن است مؤثرتر باشند را در اختیار خوانندگان قرار دهید. ناگفته نماند که بهینه سازی وب سایت و اپلیکیشن موبایل برای بهبود سئو امری ضروری است. برای جلوگیری از مشکلات، تا حد امکان از یک توسعه دهنده وب سایت درجه یک استفاده کنید.

KPI خود را تعیین کنید

چگونه می خواهید موفقیت خود را اندازه گیری کنید؟ با تعداد نصب اپلیکیشن یا نرخ تبدیل؟

توجه به همکاری در برنامه های رفرال گیری

برنامه های رفرال گیری می توانند به سوختی برای رشد شما تبدیل شوند. آیا می خواهید شرکت های همکار شما انتخابی باشند یا خیر؟ به خوانندگان طرح تجاری خود توضیح دهید که این انتخاب چگونه به رشد و توسعه کسب و کار شما کمک می کند.

ارزش گذاری

توضیح مختصری از نحوه ارزش گذاری کسب و کار خود ارائه دهید و همچنین ذکر کنید که چگونه محصول شما بهتر از رقبای ارزش گذاری می شود. همچنین، در مورد رایگان، ارزان و یا پریمیوم بودن محصول خود توضیح دهید و بگویید این انتخاب چگونه به توسعه کسب و کار شما کمک می کند و در عین حال تعداد کاربران را افزایش می دهد.

برنامه مالی و تامین مالی

حالا وقت آن است که در مورد پول صحبت کنیم. برنامه مالی مهم ترین بخش از طرح تجاری برنامه تلفن همراه شما است. اگر می خواهید از منابع مالی خارجی یا وام های بانکی پول دریافت کنید، برنامه مالی یک بخش اجباری از طرح تجاری شما محسوب می شود. داشتن یک پیش بینی مالی برای دستیابی به اهداف و موفقیت کسب و کارتان بسیار مهم و مفید است.

در حالت ایده آل، برنامه مالی شما باید درباره این موارد صحبت کند:

مدل درآمدی: شما باید جریان های درآمدی مختلف کسب و کارتان را، به خصوص در مراحل اولیه، به وضوح برای خواننده برنامه تجاری توضیح دهید. زمانی که کسب و کار شما شروع به درآمدزایی کرد، باید این سند را به روز نگه دارید.

نکات مالی مهم: این بخش به گزارش جریان های نقدی، ترازنامه، سود و زیان، برآورد درآمد، هزینه های عملیاتی و غیره اشاره دارد.

علاوه بر این، اگر جوهی را درخواست می کنید، باید موارد زیر را در برنامه مالی خود در نظر بگیرید:

بودجه مورد نیاز

قبل از درخواست وجوه از یک سرمایه گذار احتمالی، مهم است که با یک طرح کلی از وضعیت مالی فعلی خود در برابر او حاضر شوید. این طرح باید شامل میزان سرمایه گذاری شما در پروژه و همچنین سایر منابع مالی باشد که در دسترس شما هستند یا ممکن است به زودی در طول این فرآیند در دسترس قرار گیرند.

موارد استفاده از این وجوه

وقتی توضیح دادید که به دنبال چه مقدار پول هستید، وقت آن است که مسیر حرکت این پول را ترسیم کنید. شما می توانید از بودجه برای استخدام استعدادهای جدید و گسترش فعالیت خود استفاده کنید. یا حتی بدهی های شرکت را تسویه کنید و تجهیزات جدید بخرید! سرمایه گذاران معمولاً اگر ایده خوبی در مورد مسیر حرکت پولشان دریافت کنند، بودجه را تأیید خواهند کرد، بنابراین مطمئن شوید که کدام نوع سرمایه گذاری برای دستیابی به اهداف شما مفیدتر است.

استراتژی خروج

باید یک استراتژی خروج در ذهن داشته باشید. یک استراتژی خروج معمولاً شامل فروش شرکت شما به یک شرکت بزرگتر (اکتساب)، فروش یا کاهش سهم شما و عرضه اولیه عمومی (IPO) است.

نوبت شماست

به طور خلاصه اگر می خواهید یک برنامه تجاری عالی تهیه کنید، نکات زیر را در نظر داشته باشید:

برنامه تجاری خود را ساده و واضح نگه دارید

حرفه ای باشید

آن را بارها و بارها با دقت ویراستاری کنید، هنگامی که طرح تجاری خود را می نویسید، یک قدم به تحقق کسب و کار رویایی خود و دریافت بودجه برای آن نزدیک تر می شوید.

ما در شرکت طراحی اپلیکیشن پیشگامان دامنه فناوری، با دقت طرح و ایده شما را بررسی می کنیم تا بتوانیم بهترین راه حل را به شما ارائه دهیم، از مشاوره رایگان ما استفاده کنید و با ما در تماس باشید.