

نمونه بیزینس پلن فروشگاه اینترنتی

نام کسب و کار فرضی: فروشگاه آنلاین نیک کالا (فروش لوازم خانگی کوچک با تمرکز بر برندهای داخلی)

این سند یک نمونه آموزشی است. تمام نام‌ها، اعداد و برآوردهای مالی فرضی هستند و صرفاً برای نمایش ساختار صحیح یک بیزینس پلن در حوزه تجارت الکترونیک ارائه شده‌اند.

۱. خلاصه اجرایی

نیک کالا یک فروشگاه اینترنتی تخصصی برای فروش لوازم خانگی کوچک (آشپزخانه و نظافت) از برندهای تولید داخلی است. مشکلی که حل می‌کنیم، پراکندگی و عدم اعتماد کافی مشتریان به خرید آنلاین محصولات لوازم خانگی داخلی به دلیل نبود مرجع متمرکز و ضمانت مشخص است. هدف سال اول، رسیدن به ۲۰۰ سفارش ماهانه با نرخ بازگشت مشتری بالای ۲۰ درصد است.

۲. معرفی کسب و کار و محصول

نیک کالا محصولات لوازم خانگی کوچک برندهای منتخب داخلی را با ضمانت اصالت کالا و بازگشت ۷ روزه عرضه می‌کند. تفاوت اصلی ما با فروشگاه‌های عمومی بزرگ، تمرکز تخصصی روی این دسته کالا، محتوای مقایسه‌ای دقیق برای هر محصول، و پشتیبانی مستقیم پیش و پس از خرید است.

۳. تحلیل بازار و رقبا

بازار هدف، خانوارهای شهری با تمایل به خرید آنلاین و ترجیح محصولات داخلی باکیفیت هستند. رقبای اصلی شامل فروشگاه‌های اینترنتی عمومی بزرگ و چند فروشگاه تخصصی کوچک‌تر هستند. نقطه ضعف رقبای عمومی، نبود محتوای تخصصی و مقایسه‌ای کافی برای این دسته محصول است؛ نقطه ضعف رقبای تخصصی کوچک‌تر، ضعف در تجربه کاربری سایت و سرعت ارسال است؛ هر دو فرصت تمایز برای ما محسوب می‌شوند.

۴. مدل درآمدی و استراتژی قیمت‌گذاری

درآمد از فروش مستقیم محصول با حاشیه سود ثابت روی هر کالا به دست می‌آید. به عنوان مثال فرضی: میانگین ارزش هر سفارش ۸۵۰ هزار تومان با حاشیه سود ناخالص حدود ۲۲ درصد در نظر گرفته شده است. این اعداد نمونه‌اند و باید بر اساس قیمت واقعی تأمین‌کنندگان بازبینی شوند.

۵. برنامه بازاریابی و فروش

کانال‌های اصلی جذب مشتری شامل تبلیغات هدفمند در شبکه‌های اجتماعی بر اساس علاقه به لوازم خانگی، تولید محتوای مقایسه‌ای و بررسی محصول در وبلاگ فروشگاه، و همکاری با اینفلوئنسرهای حوزه سبک زندگی خانه است. هدف سه‌ماهه اول، رسیدن به نرخ تبدیل ۲ درصد از بازدیدکننده به خریدار است.

۶. برنامه مالی و پیش‌بینی سه‌ساله (مثال فرضی)

سال	تعداد سفارش ماهانه هدف (فرضی)	درآمد ماهانه تخمینی (فرضی)
سال اول	۲۰۰	۱۷۰ میلیون تومان
سال دوم	۶۰۰	۵۱۰ میلیون تومان
سال سوم	۱,۲۰۰	۱ میلیارد تومان

تمام اعداد این جدول فرضی هستند و باید با داده واقعی بازار، هزینه تأمین و لجستیک جایگزین شوند.

۷. تیم اجرایی

تیم فرضی شامل یک مدیر محصول با تجربه تأمین کالای داخلی، یک مدیر فنی برای توسعه و نگهداری سایت فروشگاه، و یک مسئول لجستیک و پشتیبانی مشتری است. در نسخه واقعی، سوابق دقیق هر عضو تیم را ذکر کنید.

۸. تحلیل ریسک

- **ریسک تأمین کالا:** تأخیر یا نوسان قیمت تولیدکنندگان داخلی → برنامه کاهش: قرارداد با حداقل دو تأمین‌کننده برای هر دسته محصول.
- **ریسک اعتماد مشتری:** نگرانی رایج درباره اصالت کالا در خرید آنلاین → برنامه کاهش: ضمانت اصالت مشخص و سیاست بازگشت شفاف.
- **ریسک لجستیک:** تأخیر یا آسیب کالا در حمل‌ونقل → برنامه کاهش: انتخاب شرکای پستی معتبر و بسته‌بندی استاندارد برای کالای حساس.