

Przewidywane zmiany		
I.p.	Szansa	Zagrożenie
Podsumowanie analizy SWOT		
Wnioski z przeprowadzonej analizy (w jakim kierunku powinna rozwijać się firma)		
4. RYNKI DOCELOWE		
Charakterystyka segmentu (rynku docelowego), na którym będzie działać firma		
Sposób pozycjonowania przedsiębiorstwa (jego produktów) na wybranym rynku		
5. CHARAKTERYSTYKA PRODUKTU/USŁUGI		
Rodzaj oferowanych produktów lub usług		
Struktura asortymentowa produktów lub usług		
Cechy produktów lub usług		
Marka (czy będzie kreowana, w jaki sposób)		
Opakowanie produktu i jego funkcje znaczenie - wystroju wnętrz, w przypadku usług, - witryny internetowej, w przypadku e-usług itp		
Specyficzne wymagania prawne dotyczące produkcji i/lub sprzedaży		
6. KANAŁY DYSTRYBUCJI		
Rodzaj wybranych kanałów dystrybucji z uzasadnieniem		
Rodzaj strategii dystrybucji intensywna, selektywna, ekskluzywna		

- z uzasadnieniem		
Lokalizacja przedsiębiorstwa - alternatywy wyboru - co wpłynęło na jej wybór?		
7. CENA		
Jak będą się kształtować ceny produktów lub usług?		
Różnicowanie ceny w odniesieniu do różnych grup klientów		
8. PROMOCJA		
Cel działań promocyjnych		
Wykorzystane narzędzia promocyjne ze wskazaniem adresatów		
9. KOSZTY rozkład kosztów na działania		
Nazwa kosztu	Wartość kosztu	% udział w sumie kosztów
Projekty architektoniczne, budowlane, remont/adaptacja lokalu		
Zakup wyposażenia		
Zakup technologii, know-how, pozwoleń, atestów, badań itp.		
Pracownicy - zatrudnienie przez pierwszy miesiąc - koszty ich przeszkolenia		
Zakup towarów handlowych		
Zakup maszyn i urządzeń potrzebnych w procesie produkcji		
Promocja i reklama		
Inne – jakie? media (prąd , woda , telefon, wywóz śmieci) - czynsz za wynajem lokalu		
Suma		