

HANDOUT EXECUTIVE SUMMARY

Ivana Svobodová

KRÁTKÉ SHRUTÍ TEORETICKÝCH VÝCHODISEK

EXECUTIVE SUMMARY / SHRUTÍ:

- vkládá se na začátek business plánu,
- cílem je nalákat k dalšímu čtení, ale zejm. seznámit s klíčovými body business plánu,
- má být přehledné, stručné, ideálně na jednu stranu,
- píše se až po napsání celého business plánu.

Někdy je považován za jednu z forem podnikatelského plánu, a to tehdy shrnuje-li business plán do kratšího dokumentu. Slouží k prvnímu seznámení s podnikatelským nápadem a má ušetřit investorům čas při čtení mnohastránkového dokumentu (obzvlášť není-li investor přesvědčen o potenciálu nápadu), tudíž nejsou vyžadovány detaily.

V současné době je však nahrazován praktičtějším Lean Canvas, který je více vizuální (Svobodová, Andera, 2017).

Následují 3 formy šablon Executive Summary, které slouží k vyplnění jak v tištěné tak v elektronické podobě.

V případě elektronické podoby je možné využít následnou prezentaci a na ní navazující diskusi a feedback na hodině.

FORMY EXECUTIVE SUMMARY

Standardní šablona

Produkt

Cílová skupina

Efektivnost

Zdroj: Svobodová, Andera (2017)

Šablona podle Petera Thiela (spoluzakladatel Paypal, jeden z prvních investorů do Facebooku, LinkedIn, a mnoha dalších, autor knihy Od nuly k jedničce).

P. Thiel navrhl 9 bodů, které by Executive Summary mělo obsahovat. Jednotlivé body lze vložit do snímků prezentace, resp. stránek dokumentu. Tím je potlačeno pravidlo mít Executive Summary na jednu stránku a odpovídá zkrácené verzi business plánu (Cremades, 2018)

Struktura Executive Summary:

1. *Problém*
2. *Řešení*
3. *Velikost trhu*
4. *Produkt*
5. *Traction (pokrok, růst)*
6. *Tým*
7. *Konkurence*
8. *Finance*
9. *Navýšení investice*

Následující detailní šablona ukazuje, že doporučená struktura slučuje některé body a některé rozšiřuje.

Úvod

Začněte s **citacemi z médií**, které se o Vaší firmě, produktu či oboru objevily. Pomáhá to získávat důvěryhodnost již na začátku čtení.

Název produktu
Citace 1
Citace 2
Citace 3

Název firmy
Datum

Problém a řešení

Další snímek je již o produktu. Na jeden snímek vložte jak **Problém** (co se firma snaží vyřešit), tak **Řešení**. Samozřejmě se očekává provázanost.

Přínos pro zákazníka
Problém:
Řešení:
Stav řešení
Odkazy na web či sociální sítě

Tým

Týmu je věnován další snímek, který má prokázat „správné lidi v autobuse“. Lze předpokládat, že x dalších lidí může mít podobnou myšlenku. Pro úspěch je však rozhodující realizace (úspěch = 10 % nápad, 90 % realizace). Zajišťuje složení týmu vhodnou realizaci? Investor nechce investovat do chyb členů týmu (alespoň ne do mnoha zásadních), ale ani do vzdělání zakladatelů (zde se očekává, že znalosti a zkušenosti týmu budou šetřit peníze).

Historie týmu (společné projekty, výsledky, struktura týmu)		
Člen 1 (pozice, foto, znalosti, zkušenosti)	Člen 2 (pozice, foto, znalosti, zkušenosti)	Člen 3 (pozice, foto, znalosti, zkušenosti)

Ostatní (neklíčoví) členové týmu		

Produkt

Další společné body na jednom snímku, které má smysl spojit, je **Produkt** a **Traction**. Traction se obtížně překládá (hybnost, pokrok), v podstatě vyjadřuje posun od myšlenky k nějakému měřítku (nejčastěji zisku). Měla by být zřejmá informace, jak jste schopni škálovat business s kapitálem, o který dojde k navýšení.

Je chybou, když očekáváte investici pro vybudování firmy. Investice ve formě finančních prostředků má pomoci rychlejšímu růstu.

Popis produktu (vč. fází vývoje, foto)			
název komponentu	náklady	dodavatel	statut
název komponentu	náklady	dodavatel	statut
...			
SG&A	COGS	cena	hrubý zisk

Vysvětlivky:

statut – v jaké fázi je konkrétní produkt (připraven vstoupit na trh, testován na trhu,..)

SG&A - Selling, General & Administrative Expense – prodejní, správní a režijní náklady

COGS - Cost of Goods Sold – přímé náklady na prodané zboží

Trh

Další snímek je věnován **Trhu**. Využijte informace z průzkumů a zaměřte se na velikost trhu a růstový potenciál v čase.

Popis trhu (trendy)
Velikost trhu
Růstový potenciál (ideálně vyjádřeno grafy)

Příležitosti a konkurence

Následující snímek úzce souvisí s předchozím. Je zaměřen na **Příležitosti a Konkurenci**. Zaměřte se na společné a odlišující se charakteristiky.

Trh – vyčíslení cílového trhu	
Konkurence	
Náš plán	
Konkurenční produkt 1	Konkurenční cena

Konkurenční produkt 2	Konkurenční cena
...	

Bariéry a plán prodeje

Je vhodné uvést i **Bariéry vstupu, výstupu a Plán prodeje**. Zaměřte se na konkurenční výhodu, co činí produkt jedinečným. Jak můžete překonat své konkurenty (distribuční kanály, partnerství nebo duševní vlastnictví).

Bariéry vstupu
Bariéry výstupu
Plán prodeje

Financování

Další snímek je věnován Financování. Popište stávající zdroje financování, zejm. do vlastního kapitálu. Zároveň uveďte, jakou velikost investice očekáváte a jak ji chcete použít (proč zvyšujete kapitál).

Nynější zdroje financování
Ideální investor

Použití investice

Vize a cíle

Dále je třeba uvést **Vizi** a **Cíle**. Zaměřte se na definování úspěchu a jak jej dosáhnout.

Vize
Cíle

Kontakty

Nezapomeňte na **Kontakty**.

Kontakty

Finanční model

A na závěr se uvádí Finanční model. Obvykle je to PrintScreen xls tabulky s finanční predikcí. Investoři stráví u tohoto snímku 23 % z celkového času. Finanční projekce je startovním výstřelem ve tmě. Nikdo neví, co bude za 3 – 5 let. Tato projekce však slouží jako mapa, která ukazuje investorovi vaše směřování.

Stačí přehled cash flow (v členění na příjmy a výdaje) a zisku v 1. roce v přehledu po měsících a dále v jednotlivých letech.

3PO545 Podnikatelský plán

	Měsíc 1	...	Měsíc 12	Rok 1	Rok 2	...
Příjmy (detailní členění)						
Výdaje (detailní členění)						
Cash flow						
Zisk						

Šablona od Alejandro Cremades

Je podobná předchozí šabloně a lze ji nalézt na:

https://docs.google.com/presentation/d/1NdEi4uqLq1m3mOlatGaGpe7GM3ip2sJ9I_9ZNVa-d-V0/edit#slide=id.p10

Je však více detailnější a více připomíná samotný business plán i když stále ještě ve zjednodušené podobě.

Zdroje:

Cremades, A. (2018). Executive Summary Template: What to include. Forbes. Dostupné z <https://www.forbes.com/sites/alejandrocremades/2018/07/31/executive-summary-template-what-to-include/?sh=e7b6ad55ddf6>

Cremades, A. (n.d.). PitchDeck Template. Dostupné z https://docs.google.com/presentation/d/1NdEi4uqLq1m3mOlatGaGpe7GM3ip2sJ9I_9ZNVa-d-V0/edit#slide=id.p10

Svobodová, I., Andera, M. (2017). Od nápadu k podnikatelskému plánu. Praha. Grada Publishing.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání





EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Toto dílo podléhá licenci Creative Commons
Uveďte původ – Zachovejte licenci 4.0 Mezinárodní.

