

بنية خطة العمل



الافتتاحية، والمتن، والمرفقات

من الشائع أن تنتقل بنية خطة العمل من خلاصات عامة موجزة، إلى شروح أكثر تفصيلاً. ومن ثم، يتعين أن تكون الفقرات الاستهلاكية (المشتملة على الموجز التنفيذي، وتوصيف العمل)، كلاهما بمنزلة استطلاعات وجيزة تلقي ضوءاً على مجمل العمل. أما متن الخطة، فيشتمل على تفاصيل أكثر عمقاً لعناصر عملك الأساسية: مَنْ؟ وكيف؟ وماذا؟ وأين؟ وأما المرفقات في نهاية الخطة، فتتضمن أكثر المعلومات تفصيلاً - كالمعطيات المالية، والخلاصات الإدارية، وهلم جرأً.

البنية النموذجية لخطة العمل

تحتوي معظم خطط العمل على المكونات الآتية:

- صفحة الغلاف وجدول المحتوى
- تحليل السوق
- الموجز التنفيذي
- خطة التسويق
- توصيف العمل
- خطة العمليات
- تحليل بيئة العمل
- الخلفية الصناعية
- الخطة المالية
- التحليل التنافسي
- المرفقات والمعالم

وبالطبع، فإن خطط العمل لا تحذو جميعها بالضرورة حذو هذا النموذج بحرفيته؛ فقد تضم الخطة بعض هذه المكونات، وقد تُضيف إليها بعض الفقرات الجديدة، أو تستغني عن بعضها الآخر. ومع ذلك، فإن الخطة يجب أن تتضمن المعلومات الحيوية التي يحتاج قراءوك إلى معرفتها عن عمل تجاري معين.

فمثلاً، تتضمن خطة عمل شركة الاتصالات الخاصة (PCC) Private Communications Corporation - التي ستتخذ مثلاً نموذجياً في عموم هذا الدليل - جميع المكونات المذكورة آنفاً. ومع ذلك، فقد دُمجت خطة التسويق وخطة العمليات في فقرة واحدة في خطة عمل (PCC).

وبقطع النظر عن الاختلافات القائمة في بنى خطط العمل، فإن جميع الخطط الأساسية تتناول توصيفات للعمل من قبيل: الفرص المتاحة، والسياق العام، والمديرين، والمخاطرة المالية، والمكافأة.



صفحة الغلاف وجدول المحتوى



إعداد صفحة الغلاف

تحقق من أن صفحة غلاف خطتك تشير إلى النقاط التي سترد لاحقاً. فهذه الصفحة هي أول ما ستقع عليه عين القارئ؛ وهي أشبه ما تكون بعنوان الصحيفة الرئيسي الذي يعطي القارئ المعلومات السريعة التي يحتاج إليها ليقرر: أيتجاوز هذا الخبر، أم يتابع القراءة فيه؟ لذلك، ولكي تضمن حدوث انطباع أولي إيجابي عن خطتك، ينبغي أن تحقق صفحة الغلاف النقاط الآتية:

- أن تكون مشرقةً ونظيفة، وذات مظهر احترافي
- أن تتضمن اسمَ العمل أو المشروع
- أن تحمل اسمك، ومعلومات الاتصال بك
- أن تعرض شعارَ شركتك أو رمزها

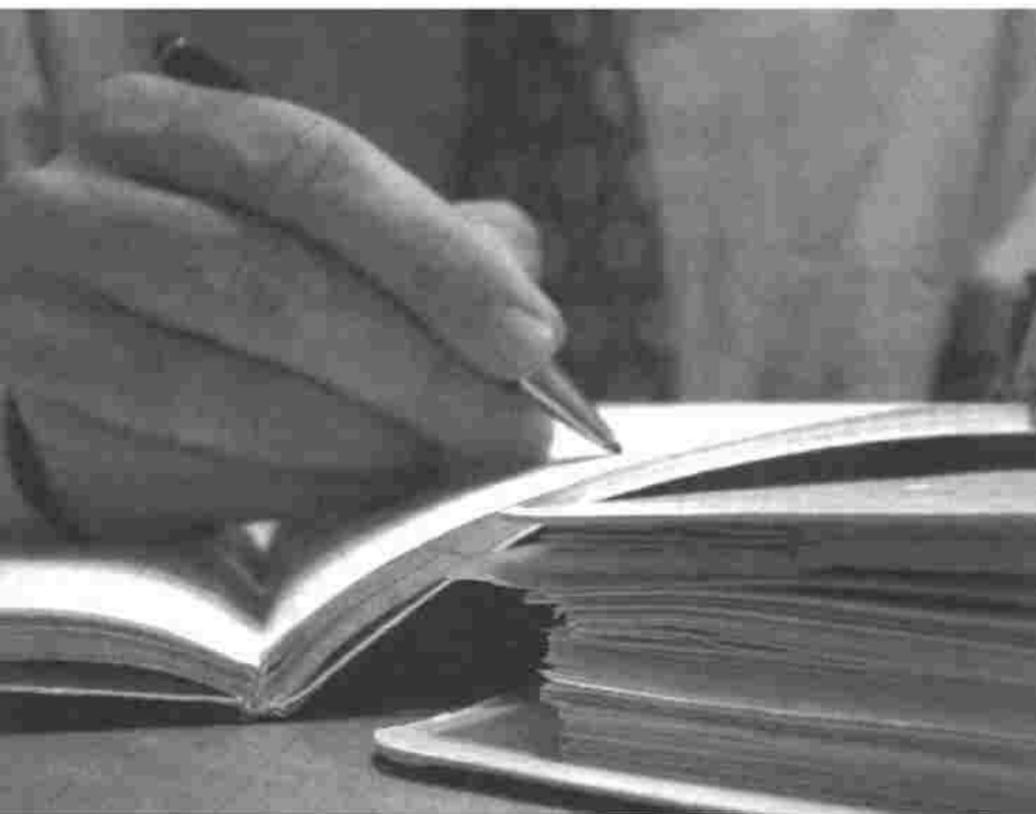
تطوير جدول المحتوى

الصفحة التالية للخطة تمثل جدول المحتوى، وهو نوع آخر من العناوين الرئيسية يُمكن القراء من معرفة المواضيع التي ستتناولها الخطة بنظرة سريعة. على أن قراءك سيفحصون مدى شمولية جدول المحتوى؛ أي مدى استغراقه جميع المواضيع المهمة.

وسيلاحظون أيضًا مدى قدرة خطتك على المناورة؛ أي على مدى
إمكان تقليب صفحات الخطة وتحديد المقاطع التي يودون قراءتها
بسرعة ويسر.



الموجز التنفيذي



قد يكون الموجزُ التنفيذيُ الجزءَ الوحيدَ الذي يستعين به القارئُ لاتخاذ قرارٍ سريعٍ بخصوص العرض المقترح، لذا ينبغي أن يكون مُحققًا لتوقعات القارئ. ويفترض أن يكون عرضًا مُحكمًا للنقاط الأساسية لخطة العمل؛ فهو إذن نوع من المستخلصات التي تلقي نظرةً إجماليةً وجيزةً على مشروع العمل.

تضمين المعلومات الصحيحة

ما هي المعلومات التي ينبغي أن تُضمَّنَها موجزُك التنفيذي؟ ينبغي أن يَصِفَ هذا الموجزُ، باختصارٍ مُحكمٍ قدر الإمكان، النقاطَ الآتية:

- الصناعة وبيئة السوق التي ستتطور فيها فرصةُ هذا العمل وتزدهر.
- الفرصة الخاصة والفريدة للعمل - تحديد مشكلة الزبون التي يُنتظر أن يحلَّها منتجُك (أو خدمتُك).
- استراتيجيات النجاح الرئيسية - بِمَ يتميَّز منتجُك (أو خدمتُك) عن عروض المنافسين؟ بَيِّنْ كيف أن شركتك ستكون الأولى في السوق لهذا المنتج (أو الخدمة)، أو كيف أن شركتك لديها نظامٌ توزيعٍ أكثر فاعليَّةً من أنظمة المنافسين، أو أنك قد اكتسبتَ شركاءَ استراتيجيين في المشروع.

- القدرة المالية - المخاطر المتوقعة ومكاسب العمل.
- فريق الإدارة - الأشخاص الذين سيحققون نتائج العمل.
- الموارد أو رأس المال المطلوب - تعليمات واضحة لقرائك عملاً تأمل في تحقيقه منهم سواءً أكان ذلك رأس مالٍ أم موارد.

الموجز التنفيذي الرسمي

الموجز التنفيذي، في أقصى صيغته المباشرة، هو تصريحٌ رسميٌّ يعرض وقائع الشركة. يُعدُّ الموجز التنفيذي لشركة الاتصالات الخاصة (PCC) جزءاً من وثيقة قانونية (يدعى: نظرة عامة عن الشركة)، وهو مثالٌ على النموذج الرسمي للموجز التنفيذي.



نظرة عامة عن الشركة

أنشئت شركة الاتصالات الخاصة (PCC) بموجب قوانين ولاية فلوريدا في 8 تشرين الثاني/نوفمبر 2007. يقع مكتبها الرئيسي في بيركلي بولاية كاليفورنيا. وقد أنشئت الشركة بغرض تطوير وتسويق خدمة هاتفية فريدة. ستجد مزيداً من مواصفاتها بعد قليل. وكانت الشركة قد تقدمت بمطلب لدى مصلحة الإيرادات الداخلية Internal Revenue Service في مسعى للحصول على لقب "شركة من فئة S" لأغراض الضرائب. وفقاً لقانون الدخل الداخلي. ومع أن الشركة تتوقع الحصول على هذا اللقب. فإنها الآن بصدد أن تتسلم تأكيد الموافقة.

أسست الشركة على يد كلٍّ من: إدوارد ر. ديفتي وأندرو ب. لازلو. اللذين يديرانها بجدارة بالمشراكة مع باول هوف وأن ميسيدا. ويمتلك فريق الإدارة - بمشاركة أعضاء معيّنين من شركة كوهين وبيرك وبرنشتاين وبرودي وكونديل للحقوق التجارية. ومقرها في ميامي بولاية فلوريدا - كامل أسهم الشركة. الصادرة منها والقائمة.

وقد طوّرت الشركة منتجاً فريداً (سنطلق عليه اسم "المنتج"). صُمم لتيح للناس فرصة التحدث عبر الهاتف العادي. مع المحافظة على السرية التامة لهوية المتحدث. إذ أصبح الآن بوسع الأفراد التحدث على نحو مفتوح. دون البوح بأرقام هواتفهم. أو شخصياتهم الحقيقية. أو أي معلومات شخصية أخرى. وهذا المنتج موجه في المقام الأول إلى مستعملي الهاتف في غرف المحادثة المباشرة online chat rooms. وخدمات المواعيد dating services المباشرة وغير المباشرة. وسيُسوّق المنتج عن طريق اتفاقيات استراتيجيّة تُعقد مع مزودي خدمة الخط المباشر (OSP). ومزودي خدمة الإنترنت (ISP). وغرف المحادثة. وخدمات المواعيد. إضافةً إلى ذلك. فإن الشركة ستروجّ للمنتج عبر إعلانات موجهة موزعة على الوب. وكذلك عبر وسائل نشر طباعية تقليدية.

وقد حدّدت الشركة موعداً لطرح المنتج في الأسواق في أوائل شهر نيسان/إبريل 2008. بعد إتمام اختبار الصلاحية (اختبار بيتا). الذي يمضي قدماً حالياً.

الموجز التنفيذي باعتباره بياناً للمهمة

الغرض من الموجز التنفيذي هو إعطاء القارئ إمامةً سريعةً بالعرض الذي تقدمه الشركة، وهو إلى ذلك جديرٌ بأن يستحضر اهتمام القارئ بالمشروع. هذا النمط من الموجز التنفيذي يمكن أن يؤدي وظيفة فيلم سينمائي قصير أكثر من كونه خلاصةً مركزة، وذلك بغية تشجيع المشاهد على متابعة القراءة، ومن ثم رؤية كامل الصورة. على أن أحد المكونات التي يمكنها أن تعطي فكرةً واضحةً عن العمل هو «بيان المهمة». وهذا البيان ينبغي أن يعبر عن فرصة هذا العمل وعن فلسفته بجملةٍ مختصرةٍ واحدة.

فمثلاً، يمكن أن يكون بيان المهمة لشركة الاتصالات الخاصة (PCC) كما يلي: «تزويد المستهلك بخدمة هاتفية فريدة تمنحه جميع فوائد الاتصالات الهاتفية مع المحافظة على حماية سرية المتحدث».

