



I N T E L L I G E N T E N E R G Y
E U R O P E 



more options for energy efficient
mobility through Car-Sharing

momo Car-Sharing
More options for energy efficient mobility through Car-Sharing

Αριθμός Συμβολαίου: IEE/07/696/SI2.499387

Παραδοτέο 7.5
Κατευθυντήριες Οδηγίες για Επιχειρηματικό Σχέδιο
έναρξης Car-Sharing
Σύνταξη: Graham Lightfoot, Mendes Limited
Μετάφραση: ΚΑΠΕ

Έναρξη δράσης:	Οκτώβριος 2008
Λήξη δράσης:	Σεπτέμβριος 2011
Διάρκεια δράσης:	36 Μήνες

Όνομα Συντονιστή/ οργανισμός/ e-mail/ τηλέφωνο επικοινωνίας:

Michael Glotz-Richter
Free Hanseatic City of Bremen
Ministry for Environment, Construction, Transport and European Affairs
Ansgaritorstr. 2
D-28195 Bremen
Germany
Τηλέφωνο: +49.421.361.6703 (απευθείας γραμμή γραφείου)
Fax: +49.421.361.10875
Κινητό: +49.173.6 123 178
Email: Michael.Glotz-Richter@umwelt.bremen.de

Αυτές οι κατευθυντήριες οδηγίες έχουν συνταχθεί για να βοηθήσουν ιδιώτες, εταιρείες και οργανισμούς, που επιθυμούν να εξασφαλίσουν οικονομικούς πόρους για να ξεκινήσουν να παρέχουν επαγγελματικά υπηρεσία CarSharing. Παράλληλα με τη χορήγηση δομής για την προετοιμασία επιχειρηματικού σχεδίου, έχουν επίσης συμπεριληφθεί χρήσιμα σχόλια και περιεχόμενο.

Περιεχόμενα

1. Συμφωνητικό Εμπιστευτικότητας
2. Συνοπτική παρουσίαση
3. Περιγραφή εταιρείας
4. Ανάλυση αγοράς
5. Στρατηγική Marketing (Προώθησης) / Πωλήσεων
6. Έρευνα και Ανάπτυξη
7. Στελέχωση και Λειτουργίες
8. Οικονομικές Προβλέψεις
9. Απαιτήσεις Χρηματοδότησης
10. Παραρτήματα

1. Συμφωνητικό Εμπιστευτικότητας

1.1 Υπόβαθρο

Τα επιχειρηματικά σχέδια είναι από την ίδια τη φύση τους έγγραφα εμπιστευτικά. Μπορούν να προετοιμάζονται στο πλαίσιο μιας ανταγωνιστικής διαδικασίας και σε συνεννόηση με ένα ή περισσότερα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, άτομα ή ομάδες επενδυτών, συνεργατών και συμβούλων. Είναι σημαντικό συνεπώς, ότι όλα αυτά τα μέρη υπογράφουν συμφωνητικό εμπιστευτικότητας με βάση τις οδηγίες που ακολουθούν από την κατάρτιση ενός αρχικού πρόχειρου σχεδίου ως την τελική έκδοση ενός επιχειρηματικού σχεδίου.

1.2 Περιεχόμενο του Συμφωνητικού Εμπιστευτικότητας

Ο υπογράφων αναγνωρίζει ότι οι πληροφορίες που παρέχονται με το παρόν επιχειρηματικό σχέδιο είναι εμπιστευτικές. Επομένως, ο υπογράφων συμφωνεί να μην τις αποκαλύψει χωρίς τη ρητή έγγραφη άδεια της [επωνυμία εταιρείας]

Αναγνωρίζεται από τον υπογράφοντα ότι οποιαδήποτε πληροφορία που παρέχεται με αυτό το επιχειρηματικό σχέδιο είναι από κάθε άποψη εμπιστευτικού χαρακτήρα, εκτός των πληροφοριών που παρέχονται δημοσίως από άλλα μέσα και οποιαδήποτε αποκάλυψη ή χρήση αυτής της εμπιστευτικής πληροφορίας από τον υπογράφοντα αναγνώστη μπορεί να προκαλέσει σοβαρό πρόβλημα ή ζημιά στη [επωνυμία εταιρείας]

Κατόπιν αίτησης, αυτό το έγγραφο πρέπει να επιστραφεί άμεσα στη [επωνυμία εταιρείας]

Υπογραφή

Σφραγίδα

Ημερομηνία

Σημ.: Αυτό το έγγραφο αποτελεί επιχειρηματικό σχέδιο. Δεν συνεπάγεται προσφορά εγγυήσεων.

2. Συνοπτική παρουσίαση

Αυτό το μέρος του κειμένου συμπληρώνεται αφού γραφτεί το επιχειρηματικό σχέδιο. Θα τονίσει όλα τα ορόσημα στην ανάπτυξη της εταιρείας για τα επόμενα τρία χρόνια. Θα πρέπει να συνοψίζει τους ακόλουθους τομείς με μια σύντομη περιγραφή του καθενός, όπως αναφέρεται παρακάτω. Θυμηθείτε ότι δυνητικοί επενδυτές συχνά παίρνουν μια προσωρινή απόφαση με βάση την συνοπτική παρουσίαση και η απόφασή τους να διαβάσουν το κύριο μέρος του επιχειρηματικού σχεδίου θα εξαρτηθεί από τις πληροφορίες που παρουσιάζονται εδώ. Τα παραρτήματα στο τέλος του σχεδίου περιλαμβάνουν πιο λεπτομερείς πληροφορίες για να υποστηρίξουν το κύριο μέρος του επιχειρηματικού σχεδίου.

- Σκοπός του επιχειρηματικού σχεδίου

Ο σκοπός αυτού του επιχειρηματικού σχεδίου είναι να παρέχει ένα υπόβαθρο ανάπτυξης έως σήμερα· να παραθέσει την προτεινόμενη μελλοντική εξέλιξη· να αναφέρει λεπτομερώς τον εξοπλισμό, το προσωπικό και τους οικονομικούς πόρους που απαιτούνται για τη διατήρηση και επέκταση της υπηρεσίας· να εξασφαλίσει τους αναγκαίους οικονομικούς πόρους από τους πιθανούς δανειστές και επενδυτές για την υποστήριξη του κύριου φορέα της υπηρεσίας στην πόλη/χώρα.

- Η υπηρεσία και τα πλεονεκτήματά της

Η υπηρεσία CarSharing αποτελεί μια αξιόπιστη και οικονομικά προσιτή εναλλακτική λύση της ιδιοκτησίας αυτοκινήτου από ιδιώτες και επιχειρήσεις. Είναι μια τεχνολογικά έξυπνη, οικονομική, βιώσιμη και φιλική προς το περιβάλλον υπηρεσία που απευθύνεται σε επιχειρήσεις και ιδιώτες. Αναφέρεται σε μετακινήσεις για τις οποίες δεν βολεύουν τα μέσα μαζικής μεταφοράς ή σε μετακινήσεις εταιρικού προσωπικού, που θα μπορούσε να πηγαίνει στη δουλειά μέσω δημόσιας συγκοινωνίας, με ποδήλατο ή με τα πόδια, γνωρίζοντας ότι υπάρχει όχημα διαθέσιμο για χρήση κατά τη διάρκεια της εργάσιμης ημέρας, εφόσον χρειαστεί. Η υπηρεσία δίνει στους πελάτες της ανεξαρτησία· τους δίνει τη δυνατότητα να κάνουν κράτηση οχήματος μέσω διαδικτύου ή τηλεφώνου, για μία μόλις ώρα χρήσης ή για όσο διάστημα επιθυμούν. Μόλις φτάσουν στο όχημα, χρησιμοποιούν την προσωπική τους έξυπνη κάρτα για να ξεκλειδώσουν και μπαίνουν μέσα. Πληκτρολογούν τον κωδικό PIN τους για να πάρουν το κλειδί του αυτοκινήτου και να οδηγήσουν. Μόλις η διαδρομή τους τελειώσει, επιστρέφουν το όχημα στην ίδια τοποθεσία και κλειδώνουν.

- Ευκαιρίες στην αγορά

Πρόκειται για μια παγκόσμια επιχείρηση που αναπτύσσεται περισσότερο από 30% ετησίως. Τελικά θα συμβάλει στη μείωση των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα των πελατών κατά 40%. Η υπηρεσία είναι μοναδική στην [πόλη/χώρα] αυτή τη στιγμή και η επιτυχία της δίνει τη δυνατότητα επέκτασης και σε άλλες πόλεις και περιοχές.

- Διοικητική ομάδα

Τα ονόματα και οι αρμοδιότητες των μελών της διοικητικής ομάδας θα πρέπει να παρατίθενται σε ένα απλό πίνακα, όπως φαίνεται εδώ:

Όνομα	Αρμοδιότητα
A	Διευθύνων Σύμβουλος και Διευθυντής Οικονομικών Υπηρεσιών
B	Διευθυντής Τεχνικών Υπηρεσιών και Λειτουργιών
Γ	Διευθυντής Πωλήσεων και Marketing

- Ιστορικό, εάν υπάρχει

Πολλές πόλεις στην Ευρώπη, στη Βόρεια Αμερική και στην Αυστραλία έχουν ήδη αυτό το είδος υπηρεσίας, χρησιμοποιώντας δοκιμασμένα συστήματα και διαθέτοντας ικανοποιημένους πελάτες. Συμπεριλάβετε εδώ λεπτομέρειες, αναλύοντας το ιστορικό πιθανών έμπειρων συνεργατών.

- Οικονομικές προβλέψεις

Τονίζονται και συνοψίζονται οι οικονομικές προβλέψεις. Ο παρακάτω πίνακας προτείνεται ως οδηγός προς συμπλήρωση:

Στοιχείο	201X €	201Y €	201Z €
Έσοδα:			
Ενοικίαση αυτοκινήτων			
Αμοιβή διαχειριστή			
Συνολικά έσοδα			
Έξοδα:			
Κόστος στόλου οχημάτων			
Κόστος γραφείου			
Κόστος “back office”			
Συνολικά έξοδα			
Κέρδος πριν τα Τέλη			
Φορολογία			
Κέρδος μετά τα Τέλη			
Παρακρατηθέντα Κέρδη			

- Υπολογισμός νεκρού σημείου επένδυσης

Ο υπολογισμός του νεκρού σημείου επένδυσης ανά όχημα θα πρέπει να εκτιμηθεί και θα μπορεί να παρουσιαστεί χωριστά για κάθε σταθμό αυτοκινήτων. Για παράδειγμα, οι πάνω τρεις σειρές στον παρακάτω πίνακα μπορούν να δείξουν υπολογισμούς βασισμένους σε όλα τα μέσα μηνιαία λειτουργικά κόστη ανά όχημα, συμπεριλαμβανομένου του σχετικού κόστους υποδομής, αλλά εξαιρώντας τα διαφημιστικά έξοδα, τις κεντρικές διοικητικές δαπάνες και τα έξοδα προσωπικού. Οι κάτω τρεις σειρές μπορούν να δείξουν υπολογισμούς βασισμένους σε όλα τα μέσα μηνιαία λειτουργικά κόστη ανά όχημα, συμπεριλαμβανομένου του σχετικού κόστους υποδομής, αλλά και των εξόδων προώθησης, των κεντρικών διοικητικών δαπανών και των εξόδων προσωπικού, επιμερισμένα εξίσου ανά όχημα για τα εκτιμώμενα κόστη για το πρώτο έτος. Καθώς ο στόλος μεγαλώνει και τα επίπεδα δραστηριότητας και τα κόστη αυξάνονται τα επόμενα χρόνια, το νεκρό σημείο επένδυσης ανά όχημα θα αλλάξει.

Τοποθεσία	Μέσο μηνιαίο κόστος ανά όχημα	Νεκρό σημείο από αριθμό ωρών ανά μήνα @ €X	Νεκρό σημείο από αριθμό διαδρομών ανά μήνα @ X ώρες ανά διαδρομή
CS1	X00	XXX-X% του χρόνου κράτησης	XX
CS2	Y00	YYY-Y% του χρόνου κράτησης	YY
CSv	Z00	ZZZ-Z% του χρόνου κράτησης	ZZ
CS1	X00	XXX-X% του χρόνου κράτησης	XX
CS2	Y00	YYY-Y% του χρόνου κράτησης	YY
CSv	Z00	ZZZ-Z% του χρόνου κράτησης	ZZ

- Απαιτήσεις χρηματοδότησης

Ορίστε το ύψος του δανείου ή/και της επένδυσης που απαιτείται αρχικά για τη σύσταση και κατά τα επόμενα έτη για την επέκταση. Είναι σημαντικό να αναλυθεί εν συντομία πώς θα χρησιμοποιηθεί η χρηματοδότηση, π.χ. ως κεφάλαιο κίνησης ή/και για την απόκτηση αριθμού οχημάτων, ικανού να ανταποκριθεί στη ζήτηση. Επίσης, παρουσιάστε τους παράγοντες αποπληρωμής του δανείου ή/και της επένδυσης σε X χρόνια, υποδεικνύοντας πότε θα επιτευχθεί κερδοφορία.

3. Περιγραφή Εταιρείας

3.1 Υποστηρικτές και Μέτοχοι

Συνοπτικά στοιχεία της εταιρείας, οι τοποθεσίες έδρας/γραφείων, τα ονόματα των μετόχων και τα μερίδιά τους θα πρέπει να περιλαμβάνονται.

3.2 Σύμβουλοι

Οικονομικοί, νομικοί και άλλοι σύμβουλοι θα πρέπει να αναφέρονται, με ονόματα, διευθύνσεις και στοιχεία επικοινωνίας.

3.3 Προϊόντα και Υπηρεσίες

Εξηγήστε με σαφήνεια ποια είναι η υπηρεσία που παρέχεται και συμπληρώστε λοιπές πληροφορίες σχετικές με την υπηρεσία κάτω από τους ακόλουθους τίτλους. Παραδείγματα του περιεχομένου των πληροφοριών έχουν επίσης συμπεριληφθεί.

- Υπόβαθρο στην ανάπτυξη της υπηρεσίας

Συμπεριλάβετε στοιχεία της εταιρείας και των συνεργατών της, την έρευνα που διενεργήθηκε και τα εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν, π.χ. τη «Μήτρα Μεταβίβασης», η οποία αναπτύχθηκε κατά τη διάρκεια του έργου MOMO-CarSharing και δημοσιεύτηκε ως Παραδοτέο 7.1. Κάθε συμφωνία με τα τοπικά συμβούλια, τους φορείς ανάπτυξης ή άλλους συνεργάτες, όπως εταιρείες διαχείρισης στάθμευσης ή στέγασης, θα πρέπει να αναφέρονται λεπτομερώς. Είναι επίσης χρήσιμο το σχέδιο να τοποθετηθεί σε τοπική, περιφερειακή και εθνική βάση, στο πλαίσιο παρόμοιων υπηρεσιών, νομοθεσίας και πολιτικής που ήδη υπάρχουν.

- Πλεονεκτήματα και χαρακτηριστικά

Αυτό το είδος υπηρεσίας, που συνήθως ονομάζεται CarSharing (Car Clubs στη Βρετανία), λειτουργεί με επιτυχία σε διάφορα μέρη της Ευρώπης για πάνω από 20 χρόνια, στη Βρετανία και τη Βόρεια Αμερική για πάνω από 10 χρόνια. Παρέχει γρήγορη και εύκολη πρόσβαση σε αυτοκίνητο χωρίς την ταλαιπωρία και τις υποχρεώσεις ιδιοκτησίας του. Οι πελάτες μπορούν να χρησιμοποιήσουν τα οχήματα όπως και όποτε τα χρειάζονται. Οι ενέργειες που ακολουθούν είναι απλώς:

- να κάνουν κράτηση - ακόμα και για μία μόνο ώρα, μέσω διαδικτύου ή τηλεφώνου. Η κράτηση μπορεί να γίνει πολλή ώρα πριν τη χρήση ή λίγα λεπτά πριν.
- να ξεκλειδώσουν - τα οχήματα βρίσκονται σε καθορισμένους χώρους στάθμευσης στην περιοχή και είναι προσβάσιμα μέσω έξυπνης κάρτας.
- να οδηγήσουν - εισέρχονται στο όχημα, εισάγουν κωδικό PIN, εκτελούν τη διαδρομή τους και έπειτα επιστρέφουν το όχημα.
- να πληρώσουν - η χρέωση περιλαμβάνει ΦΠΑ, κόστος καυσίμων, συντήρησης, ασφάλισης και συνήθως εξοφλείται άμεσα από τον τραπεζικό λογαριασμό των πελατών.

Η χρέωση συνήθως διαμορφώνεται από το χρόνο και την απόσταση οδήγησης, εξοφλείται σε μηνιαία ή ετήσια βάση και με καθορισμένα τέλη κατά την εγγραφή στην υπηρεσία. Επίσης κατά την εγγραφή, η πληρωμή μπορεί να γίνεται με τη χρήση επιστρεφόμενης προκαταβολής.

- Μοναδικά σημεία παροχής της υπηρεσίας

Η αξιολόγηση του CarSharing έχει δείξει ότι αυτό συμβάλλει θετικά στο περιβάλλον. Έρευνες στην Ευρώπη και στη Βόρεια Αμερική δείχνουν ότι το CarSharing μειώνει το άγχος που σχετίζεται με τη διαδικασία στάθμευσης, τις περιττές διαδρομές με αυτοκίνητο και βοηθά στην καταπολέμηση της ρύπανσης και της κυκλοφοριακής συμφόρησης. Οι πελάτες του CarSharing είναι πιο πιθανό να περπατούν, να κάνουν ποδήλατο, να χρησιμοποιούν τα μέσα μαζικής μεταφοράς και να μετακινούνται περισσότερο βιώσιμα και λιγότερο μηχανοκίνητα, σε σχέση με τους ιδιοκτήτες αυτοκινήτων. Ο τύπος και το εύρος των οχημάτων που παρέχονται προς χρήση μπορούν να διαφοροποιήσουν την υπηρεσία από αυτήν άλλων φορέων ή ανταγωνιστών.

- Πλεονεκτήματα για τους πελάτες

Σε πολλές πόλεις οι διαχειριστές CarSharing και δημόσιας συγκοινωνίας παρέχουν μια κοινή ολοκληρωμένη έξυπνη κάρτα ή/και άλλα οικονομικά κίνητρα για τους πελάτες τους, ώστε να χρησιμοποιούν απρόσκοπτα τις δύο υπηρεσίες. Στο Βέλγιο, η κρατική σιδηροδρομική εταιρεία είναι μέτοχος στην εθνική εταιρεία CarSharing και οι περιφερειακοί διαχειριστές δημόσιας συγκοινωνίας στις Βρυξέλλες, στη Φλάνδρα και στη Βαλονία είναι μέτοχοι στην επαρχιακή επιχείρηση CarSharing στην περιοχή τους. Αυτό επιτρέπει μια ολοκληρωμένη προσέγγιση στην προώθηση των δημόσιων μεταφορών και του CarSharing ως συμπληρωματικών μέσων μεταφοράς.

Πόλο έλξης στο CarSharing αποτελούν οι αποκλειστικοί χώροι στάθμευσης για κάθε όχημα. Βρίσκονται σε βολική τοποθεσία κοντά σε σπίτια και επιχειρήσεις.

Σε μικρές και μεγαλύτερες επιχειρήσεις, το CarSharing δίνει τη δυνατότητα σε έναν οργανισμό ελέγξει οικονομικά τις μετακινήσεις του προσωπικού του, χρησιμοποιώντας ενεργειακά αποδοτικά οχήματα. Το προσωπικό μπορεί να κάνει κράτηση οχημάτων μέσω διαδικτύου, ή ακόμα και τηλεφώνου, απομακρύνοντας έτσι το διαδικαστικό βάρος από κάποιο άτομο που χρειάζεται για τη διατήρηση ημερολογίου και τη διευθέτηση διανομής κλειδιών. Το προσωπικό μπορεί να πηγαίνει στη δουλειά με δημόσια συγκοινωνία, ποδήλατο ή τα πόδια.

Ο διαχειριστής CarSharing αναλαμβάνει τη διαχείριση και φροντίζει τα αυτοκίνητα. Ένας ενιαίος αναλυτικός λογαριασμός για όλη τη χρήση οχημάτων από το προσωπικό φθάνει μηνιαίως στον οργανισμό, ενώ επιτρέπει το κόστος μετακινήσεων να διατηρηθεί υπό έλεγχο και η εξόφλησή του να ανατεθεί σε ειδικά κέντρα.

Οι εργοδότες πλέον δεν αντιμετωπίζουν πρόβλημα με το προσωπικό τους να ψάχνει για χώρους στάθμευσης. Μπορούν να σταματήσουν να πληρώνουν μια περιουσία για τη στάθμευση αυτοκινήτων και να απαλλαγούν από τη γραφειοκρατία (π.χ. για τη λειτουργία ενός συστήματος εταιρικού αυτοκινήτου, για το χειρισμό αιτημάτων κάλυψης εξόδων μετακινήσεων του προσωπικού ή για τη λειτουργία εταιρικού στόλου αυτοκινήτων), με μειωμένες σχετικές φορολογικές υποχρεώσεις.

- Μειονεκτήματα ή αδύναμα σημεία

Τυχόν μειονεκτήματα ή αδύνατα σημεία μπορούν να εξετασθούν με την διεξαγωγή Ανάλυσης SWOT, βλ. 3.6 παρακάτω. Αναφορά θα μπορούσε και πάλι να γίνει στη «Μήτρα Μεταβίβασης», βλ. παραπάνω, με την οποία αναθεωρούνται πιθανά εμπόδια στην επιτυχή λειτουργία.

3.4 Μακροπρόθεσμος Στόχος της Επιχείρησης

Αναφέρετε το μακροπρόθεσμο στόχο της νέας επιχείρησης, για παράδειγμα ότι το σχέδιο της εταιρείας είναι να αποτελέσει τον ηγετικό φορέα CarSharing στην πόλη, περιοχή ή χώρα, εντός ενός ορισμένου χρονικού διαστήματος.

3.5 Στόχοι και μελλοντική ανάπτυξη

Λεπτομέρειες σχετικά με την εκτιμώμενη ανάπτυξη θα πρέπει να συμπεριληφθούν, παρουσιάζοντας τις προβλέψεις για τους πελάτες, τα οχήματα και τους σταθμούς οχημάτων για κάθε τέλος του έτους για τα επόμενα χρόνια. Αυτές θα μπορούσαν επίσης να κατανέμονται ανά περιοχή/πόλη που λαμβάνεται υπ' όψιν στο εταιρικό πλάνο ως τοποθεσία μελλοντικής ανάπτυξης κατά την χρονική περίοδο που καλύπτει το Επιχειρηματικό Σχέδιο.

3.6 Ανάλυση SWOT

Αναλύστε τα δυνατά σημεία και τις αδυναμίες της επιχείρησης, τις ευκαιρίες που υπάρχουν στην αγορά και τις απειλές προς τη βιωσιμότητα του έργου. Ο καλύτερος τρόπος ανάλυσης γίνεται χρησιμοποιώντας το διάγραμμα-μήτρα όπως ακολουθεί (μερικά παραδείγματα έχουν συμπεριληφθεί στον παρακάτω πίνακα):

<p>Δυνατά σημεία</p> <ul style="list-style-type: none"> - έμπειρη και αφοσιωμένη διοικητική ομάδα - έμπειροι σύμβουλοι - μοναδικός πάροχος υπηρεσίας στην πόλη/χώρα - δοκιμασμένη τεχνολογία - ικανοποιημένοι πελάτες - κατάλληλα οχήματα - κατάλληλες θέσεις σταθμών - υποστήριξη από το τοπικό συμβούλιο - υποστήριξη από το κράτος 	<p>Αδυναμίες</p> <ul style="list-style-type: none"> - έλλειψη ιδίων χρηματοδοτικών πόρων - έλλειψη επενδύσεων - ταμειακές ροές
<p>Ευκαιρίες</p> <ul style="list-style-type: none"> - να αποτελέσει μια ιδέα ενσωματωμένη στην εθνική κουλτούρα και τον τρόπο ζωής - συμβάσεις με εταιρικούς πελάτες - εθνικά προγράμματα/θετικές αποφάσεις - η υποσχόμενη νομοθεσία προχωρά - δημιουργία συνεργασιών για την ένταξη ηλεκτρικών οχημάτων στο στόλο - προσφορές για τους πελάτες μέσω 	<p>Απειλές</p> <ul style="list-style-type: none"> - εθνικά προγράμματα/αρνητικές αποφάσεις - υποσχόμενη νομοθεσία που δεν προχωρά - ανταγωνιστές με ισχυρότερη χρηματοδότηση - προβλήματα συνεχούς πίστωσης και ρευστότητας στην οικονομία - ανάπτυξη βραδύτερη της αναμενόμενης

<p>διαφημιστικής εκστρατείας</p> <ul style="list-style-type: none">- συνεργασία με τους διαχειριστές της δημόσιας συγκοινωνίας- συνεργασία με ποδηλατικά σχήματα- ενίσχυση marketing χρησιμοποιώντας των νέων μέσων επικοινωνίας	
--	--

4. Ανάλυση Αγοράς

4.1 Αγορά – στόχος

Ανάλογα με το αν υπάρχει ήδη CarSharing στην πόλη, περιοχή ή χώρα, μπορεί να είναι πολύ δύσκολο να εξακριβωθεί η φύση της αγοράς, να παρέχεται μια συνολική αποτίμηση αγοράς, να εντοπιστούν οι τάσεις της αγοράς και να παρέχονται τα προφίλ των ανταγωνιστών. Σε περίπτωση που το CarSharing δεν υπάρχει ήδη στην πόλη, περιοχή ή χώρα, προκειμένου να διαπιστωθεί το μέγεθος της αγοράς, καθώς και η ανάπτυξή της, μπορεί να είναι χρήσιμο να εξετασθεί πώς το CarSharing έχει αναπτυχθεί σε παρόμοιες πόλεις, περιφέρειες ή άλλες χώρες, όπως η Ελβετία και το Βέλγιο. Στην πρώτη περίπτωση, όπου η έννοια του CarSharing υπάρχει πάνω από 20 χρόνια, ο αριθμός των πελατών του μοναδικού διαχειριστή ανήλθε σε περίπου 100.000 με 2.500 οχήματα σε 1.200 σταθμούς αυτοκινήτων σε 450 τοποθεσίες από το τέλος του 2010. Στο Βέλγιο, η υπηρεσία ξεκίνησε το Σεπτέμβριο του 2002 και έχει αναπτυχθεί σε περίπου 8.000 πελάτες με 300 οχήματα σε 129 σταθμούς αυτοκινήτων σε 19 πόλεις από τα τέλη του 2010.

Μια σειρά από παραδοχές θα πρέπει να χρησιμοποιηθεί για το ποιος είναι πιο πιθανό να διαπιστώσει ότι το CarSharing ταιριάζει στον τρόπο ζωής του, με βάση την εμπειρία και τα δεδομένα που προκύπτουν από τη λειτουργία του CarSharing αλλού στην Ευρώπη. Αυτή η διεργασία περιλαμβάνει την αναζήτηση για περιοχές εφαρμογής της υπηρεσίας, οι οποίες έχουν έναν ισχυρό συνδυασμό παραγόντων, όπως:

- υψηλή πυκνότητα πληθυσμού και απασχόλησης
- περιορισμένη πρόσβαση σε ιδιόκτητο όχημα
- υψηλή χρήση μέσων μεταφοράς εκτός αυτοκινήτου για τακτικές μετακινήσεις στη δουλειά, το σχολείο ή το πανεπιστήμιο και σύντομες διαδρομές προς αυτούς τους προορισμούς
- νοικοκυριά με χαμηλό ποσοστό πολύ νέων ή ηλικιωμένων
- κάτοικοι σε μεγάλες πολυκατοικίες ή εργατικές κατοικίες ή φοιτητικές εστίες, που είναι αρκετά πιθανό να αντιμετωπίζουν πρόβλημα με την αναζήτηση στάθμευσης
- υψηλό εισόδημα κατοίκων και υψηλή κοινωνική τάξη
- υψηλά ποσοστά απασχόλησης
- υψηλά ποσοστά ευμάρειας, χαμηλά ποσοστά στέρησης

Η υπηρεσία CarSharing θα πρέπει να έχει ένα εύρος από μέλη που θα χρησιμοποιούν το αυτοκίνητο διαφορετικές ώρες της ημέρας. Οι πιο επιτυχημένες λειτουργίες υπηρεσίας CarSharing διαθέτουν έχουν ένα μείγμα χρηστών από επιχειρήσεις και ιδιώτες, όπως για παράδειγμα:

- Το τοπικό συμβούλιο μπορεί να έχει στη διάθεσή του κατά τη διάρκεια της ημέρας αυτοκίνητα για να χρησιμοποιούνται από το προσωπικό του, ενώ τις υπόλοιπες ώρες της ημέρας και τα Σαββατοκύριακα τα ίδια αυτοκίνητα θα μπορούν να χρησιμοποιούνται από τους κατοίκους της περιοχής.
- Το προσωπικό του τοπικού ανώτατου εκπαιδευτικού ιδρύματος μπορεί να χρησιμοποιεί τα οχήματα για εσωτερικές μετακινήσεις λόγω απαιτήσεων εργασίας μες τη μέρα, ενώ το προσωπικό και οι φοιτητές μπορούν να οδηγούν για προσωπική χρήση τα βράδια και τα Σαββατοκύριακα.

Άλλες επιχειρήσεις πιθανές ως πελάτες της υπηρεσίας μπορεί να εμπίπτουν στις ακόλουθες κατηγορίες:

- Επιχειρησιακά κέντρα
- Κρατικές υπηρεσίες
- Χώροι υγείας, όπως νοσοκομεία και κέντρα περίθαλψης
- Εταιρείες διαχείρισης στέγασης

4.2 Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα

4.2.1 Μοναδικά χαρακτηριστικά

Τέτοιο χαρακτηριστικό μπορεί να είναι ότι οποιαδήποτε νέα υπηρεσία θα προσφέρεται από τον μοναδικό πάροχο στην πόλη/περιφέρεια/χώρα. Η καταγραφή, η κράτηση οχήματος, η διαχείριση των πελατών και του στόλου οχημάτων μέσω συστημάτων ICT μπορούν να δοκιμαστούν, να ελεγχθούν ή και να αναπτυχθούν εσωτερικά.

Η εξάπλωση και ο αριθμός των σταθμών αυτοκινήτων, καθώς και ο αριθμός και το εύρος τύπων οχημάτων μπορούν να υπερβαίνουν τα αντίστοιχα του κάθε ανταγωνιστή.

4.2.2 Τιμή

Είναι σημαντικό να συγκριθούν τιμές και τιμολόγια με τους άμεσους ανταγωνιστές και με παρόμοια είδη υπηρεσιών, όπως οι παραδοσιακές εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων. Παρά το γεγονός ότι το CarSharing είναι μια διαφορετική υπηρεσία και έχει μια διαφορετική δομή τιμολογίων από τις παραδοσιακές ενοικιάσεις αυτοκινήτων, οι τιμές συχνά συγκρίνονται μεταξύ τους. Τον πρώτο καιρό και ανάλογα με το μέγεθος του αρχικού στόλου, μπορεί να είναι προτιμότερο να υπάρχουν οχήματα στη διάθεση των πελατών για πιο σύντομο χρονικό διάστημα χρήσης και έτσι οι τιμές να προσδιοριστούν αναλόγως για να ενθαρρύνουν τους πελάτες. Οι τιμές πρέπει να διαμορφωθούν έτσι, ώστε να καλύπτονται οι άμεσες δαπάνες λειτουργίας και να είναι πολύ ανταγωνιστικές στην εναλλακτική της ιδιοκτησίας αυτοκινήτου, εκτός αν οι άνθρωποι έχουν αυτοκίνητα τα οποία έχουν πλήρως αποσβεσθεί ή αν αυτά δεν συνοδεύονται από κάποια μορφή δανείου. Το CarSharing θα πρέπει επίσης να είναι πολύ ανταγωνιστικό με τις τιμές των ταξί και πιο ευέλικτο.

4.2.3 Νέες τεχνολογίες ή συστήματα

Τεχνολογίες και συστήματα θα πρέπει ιδανικά να δοκιμάζονται, να ελέγχονται και να είναι απλά στη χρήση τους από τους πελάτες. Πολλά ανεξάρτητα συστήματα είναι διαθέσιμα, αλλά μπορεί να είναι χρήσιμο να δημιουργηθεί μια συνεργασία με έναν υπάρχοντα διαχειριστή CarSharing, ο οποίος θα ήταν πρόθυμος να παρέχει εκπαίδευση και συνεχή τεχνική υποστήριξη.

4.3 Οφέλη για τους πελάτες

4.3.1 Εξοικονόμηση χρημάτων

Είναι δύσκολο να εκτιμηθεί αυτός ο παράγοντας, καθώς εξαρτάται από τις υπάρχουσες εναλλακτικές των πελατών, τη χρηματοδότηση αγοράς αυτοκινήτου και

το επίπεδο χρήσης αυτοκινήτου. Ωστόσο, τα περισσότερα συστήματα κρατήσεων παρέχουν υπολογιστή κόστους μετακίνησης στην ιστοσελίδα τους, ώστε οι υπάρχοντες και οι μελλοντικοί πελάτες να μπορούν να εξετάσουν αν το CarSharing αποτελεί την κατάλληλη επιλογή για αυτούς. Η εταιρεία cambio στο Βέλγιο έχει αναπτύξει ένα διαδικτυακό εργαλείο για να διευκολύνει τους δυνητικούς πελάτες να εξετάσουν εάν η υπηρεσία που παρέχεται είναι η κατάλληλη επιλογή για αυτούς.

4.3.2 Εξοικονόμηση χρόνου και μείωση ταλαιπωρίας

Το CarSharing είναι ένα πλήρες μοντέλο υπηρεσίας, έτσι ώστε οι πελάτες απλώς να οδηγούν και ο διαχειριστής της υπηρεσίας να έχει αναλάβει τα υπόλοιπα.

4.3.3 Αύξηση αποδοτικότητας

Σε μικρές και μεγαλύτερες επιχειρήσεις, το CarSharing δίνει τη δυνατότητα σε έναν οργανισμό ελέγξει οικονομικά τις μετακινήσεις του προσωπικού του, χρησιμοποιώντας ενεργειακά αποδοτικά οχήματα. Το προσωπικό μπορεί να κάνει κράτηση οχημάτων μέσω διαδικτύου, ή ακόμα και τηλεφώνου, απομακρύνοντας έτσι το διαδικαστικό βάρος από κάποιο άτομο που χρειάζεται για τη διατήρηση ημερολογίου και τη διευθέτηση διανομής κλειδιών. Το προσωπικό μπορεί να πηγαίνει στη δουλειά με δημόσια συγκοινωνία, ποδήλατο ή τα πόδια.

Ο διαχειριστής CarSharing αναλαμβάνει τη διαχείριση και φροντίζει τα αυτοκίνητα. Ένας ενιαίος αναλυτικός λογαριασμός για όλη τη χρήση οχημάτων από το προσωπικό φθάνει μηνιαίως στον οργανισμό, ενώ επιτρέπει το κόστος μετακινήσεων να διατηρηθεί υπό έλεγχο και η εξόφλησή του να ανατεθεί σε ειδικά κέντρα.

Οι εργοδότες πλέον δεν αντιμετωπίζουν πρόβλημα με το προσωπικό τους να ψάχνει για χώρους στάθμευσης. Μπορούν να σταματήσουν να πληρώνουν μια περιουσία για τη στάθμευση αυτοκινήτων και να απαλλαγούν από τη γραφειοκρατία (π.χ. για τη λειτουργία ενός συστήματος εταιρικού αυτοκινήτου, για το χειρισμό αιτημάτων κάλυψης εξόδων μετακινήσεων του προσωπικού ή για τη λειτουργία εταιρικού στόλου αυτοκινήτων), με μειωμένες σχετικές φορολογικές υποχρεώσεις.

5. Στρατηγική Marketing (Προώθησης) / Πωλήσεων

5.1 Στρατηγική Marketing

5.1.1 Τομείς της αγοράς πρώτοι σε στόχο

Έχοντας εντοπίσει τις πλέον υποσχόμενες τοποθεσίες για σταθμούς αυτοκινήτων, με βάση τους παράγοντες επιτυχίας που περιγράφονται στο 4.1 ανωτέρω, είναι σημαντικό να επικεντρωθούμε στις περιοχές που βρίσκονται αμέσως γύρω τους, πράγμα που σημαίνει διανομή φυλλαδίων σε τοπικό επίπεδο, με στόχο τους κατοίκους και τους εργαζομένους επιχειρήσεων που έρχονται στην περιοχή.

5.1.2 Πώς θα γίνει η ανάπτυξη, ώστε να απευθύνεται στην πλήρη αγορά-στόχο;

Η εμπειρία έχει δείξει ότι ο καλύτερος τρόπος ανάπτυξης είναι να προσδιοριστούν οι σχετικές θέσεις, π.χ. καταστήματα, καφετέριες, παμπς και γραφεία, όπου οι άνθρωποι συγκεντρώνονται στην περιοχή, στις οποίες να παρέχονται φυλλάδια και αφίσες για την προώθηση της υπηρεσίας, καθώς και να διανέμονται φυλλάδια στο δρόμο έξω από αυτές. Ο καλύτερος τρόπος για την ενθάρρυνση των τοπικών επιχειρήσεων να εγγραφούν στην υπηρεσία είναι να ενημερωθούν μία προς μία.

5.1.3 Πώς θα διαφοροποιηθεί η υπηρεσία;

Διευκρινίστε τα βασικά χαρακτηριστικά των υπηρεσιών που παρέχετε, ιδίως την τοποθεσία των οχημάτων κοντά σε κατοικίες και επιχειρήσεις και την δυνατότητα που προσφέρεται για διάθεση οχήματος, ακόμα και για μια μόλις ώρα.

5.1.4 Ποια βασικά οφέλη θα τονιστούν;

Επισημάνετε την ικανότητα της υπηρεσίας να απαλλάσσει τον πελάτη από ταλαιπωρία, την οικονομική της αποδοτικότητα και τη συμβολή της στην προστασία του περιβάλλοντος.

5.1.5 Ποιοι πιθανοί πελάτες αποτελούν ήδη στόχο;

Αναφέρετε λεπτομέρειες για τυχόν προπαρασκευαστικές εργασίες που έχετε αναλάβει, όπως για παράδειγμα στόχευση των κατοίκων στις περιοχές όπου πρόκειται να βρίσκονται σταθμοί αυτοκινήτων και οποιεσδήποτε προσεγγίσεις τοπικών επιχειρήσεων, παρέχοντας πληροφορίες με σχετικές συμφωνίες/συνεργασίες.

5.1.6 Ποιες επαφές μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την ενημέρωση της αγοράς και την ενίσχυση των πωλήσεων;

Δώστε λεπτομέρειες των επαφών με ανθρώπους και επιχειρήσεις, καθώς και με διάφορα μέσα μαζικής ενημέρωσης, τόσο σε τοπικό όσο και εθνικό επίπεδο. Αναφέρετε εμφανίσεις στην τηλεόραση σε τοπικά και εθνικά προγράμματα ειδήσεων, ραδιοφωνικά προγράμματα συμπεριλαμβανομένων αυτών που σχετίζονται με επιχειρήσεις, καθώς και σε τοπικές και εθνικές εφημερίδες. Άνθρωποι αναγνωρίσιμοι από το ευρύ κοινό μπορούν επίσης να εγγραφούν ως «πρεσβευτές» της υπηρεσίας και να εμφανίζονται για να δοκιμάσουν την υπηρεσία είτε αρχικά είτε όταν εισέρχονται στην εταιρεία νέοι τύποι οχημάτων ή νέοι σταθμοί.

5.1.7 Ποιος θα αναλάβει το marketing;

Καθορίστε ποιο ανώτερο στέλεχος της διοικητικής ομάδας θα είναι υπεύθυνο και πώς το εν λόγω πρόσωπο θα υποστηρίζεται από άλλους ανθρώπους που συμμετέχουν στην επιχείρηση.

5.2 Πηγές εσόδων

5.2.1 Συνεισφορά σε έσοδα και κέρδη

Εάν η εταιρεία είναι αφιερωμένη αποκλειστικά στην παροχή της υπηρεσίας CarSharing, τότε όλα τα έσοδα και κάθε κέρδος που προκύπτει από την υπηρεσία θα πρέπει να συμβάλουν άμεσα στα έσοδά της και στην αύξηση των κερδών. Αν όχι, τότε είναι απαραίτητο να αναφέρεται το ποσοστό των εσόδων της εταιρείας και κάθε κέρδους που παράγεται, το οποίο θα αναλογεί στο CarSharing.

5.3 Στρατηγική Πωλήσεων

Ορίστε ποια από τα μέλη του προσωπικού θα είναι υπεύθυνα για την εκπόνηση της στρατηγικής πωλήσεων, με ποιον τρόπο θα την υποστηρίξουν και ποια κύρια εργαλεία θα χρησιμοποιούνται. Το εν λόγω προσωπικό θα πρέπει να περιλαμβάνει ένα ανώτερο μέλος της ομάδας προσωπικού και άλλα μέλη προσωπικού πωλήσεων και να διευκρινιστεί πώς θα πληρώνονται, π.χ. μόνο με προμήθεια. Η Στρατηγική Πωλήσεων θα πρέπει επίσης να υποστηριχθεί από την Στρατηγική Marketing και Επικοινωνίας, βλ. 5.5 κατωτέρω.

Τα κύρια εργαλεία μπορεί να περιλαμβάνουν φυλλάδια και αφίσες, ειδικά σχεδιασμένα για να παρασύρουν τον κόσμο στην αντίστοιχη ιστοσελίδα, η οποία θα πρέπει να περιλαμβάνει στοιχεία, όπως ένα σύντομο βίντεο που να δείχνει πώς λειτουργεί η υπηρεσία, καθώς και υλικό διαθέσιμο για λήψη, συμπεριλαμβανομένου του Εγχειριδίου Πελάτη, το οποίο περιέχει τους Όρους και τις Προϋποθέσεις συμμετοχής.

5.4 Τιμολόγηση

Η τιμολόγηση των διαφόρων στοιχείων της υπηρεσίας θα εξαρτηθεί από το κόστος της υπηρεσίας, αλλά μπορεί να υπάρξει μια αίσθηση για τα επίπεδα κόστους μέσω της σύγκρισης της υπηρεσίας με άλλες παρόμοιες στην πόλη ή χώρα. Εάν δεν υπάρχει κάτι ανάλογο στην πόλη ή χώρα, τότε η εξέταση των τιμολογίων από άλλες χώρες μπορεί να αποτελέσει μια καλή βάση, καθώς αυτά θα έχουν διαμορφωθεί από τη χρόνια χρήση και συμπεριφορά των πελατών.

Ωστόσο, ο κατάλληλος τρόπος δράσης μπορεί να είναι η παροχή αρχικώς μιας απλής δομής τιμολογίου και διαμόρφωσης τιμών, με δυνατότητα αναθεώρησης βάσει της εμπειρίας από τη χρήση των πελατών και τη συμπεριφορά τους. Το τιμολόγιο θα πρέπει να περιλαμβάνει διοικητικά τέλη, όπως χρέωση μηνιαία, εγγραφής και χρόνου-απόστασης χρήσης. Αυτές οι χρεώσεις συνήθως περιλαμβάνουν το κόστος ασφάλισης, καυσίμων και λοιπές επιβαρύνσεις. Διαφορετικές τιμές ενδέχεται να ισχύουν για τους πελάτες ιδιώτες και τους πελάτες επιχειρήσεις, για τους κύριους οδηγούς πελάτες και για τους πρόσθετους μη τακτικούς, καθώς και για διάφορες κατηγορίες διαθέσιμων οχημάτων.

Πρέπει επίσης να υπάρξει μια σειρά από προκαθορισμένες οικονομικές κυρώσεις και πρόστιμα, καθώς και συγκεκριμένες οικονομικές επιστροφές, που θα καθορίζονται με σαφήνεια στο Εγχειρίδιο, το οποίο θα παρέχεται σε όλους τους πελάτες.

Εισαγωγικές και περιστασιακές προσφορές, όπως απαλλαγή από το τέλος εγγραφής ή μείωση % κόστους στις αρχικές διαδρομές, μπορούν επίσης να συμπεριληφθούν στη διαδικασία τιμολόγησης.

5.5 Στρατηγική Marketing και Επικοινωνίας

Η στρατηγική θα πρέπει να λάβει τη μορφή ενός ευρέος φάσματος προσεγγίσεων και μερικά παραδείγματα παρατίθενται παρακάτω.

5.5.1 Ομάδα πωλήσεων

Αναφέρετε λεπτομέρειες για την ομάδα πωλήσεων, όπως αν τα μέλη της θα εργάζονται με μερική ή πλήρη απασχόληση, αν αποζημιώνονται με βάση την απόκτηση νέων πελατών και την αυξημένη χρήση οχημάτων ή αν πληρώνονται απλώς με ένα βασικό μισθό. Αποσαφηνίστε τους τομείς των αρμοδιοτήτων τους, δηλαδή γεωγραφικές περιοχές για τις οποίες είναι ο καθένας υπεύθυνος και πώς αυτές είναι σχετιζόμενες με τις πωλήσεις σε ιδιώτες και εταιρείες.

5.5.2 Διανομή φυλλαδίων στις τοποθεσίες των σταθμών αυτοκινήτων και των γύρω περιοχών

Αναφέρετε λεπτομέρειες για το ποιος θα υλοποιήσει την παραπάνω διαδικασία και ποιες θα είναι οι ειδικές υποχρεώσεις του, π.χ. εστιάζοντας στις τοποθεσίες των σταθμών αυτοκινήτων και στις κατοικίες και επιχειρήσεις που βρίσκονται στην άμεσα κοντινή περιοχή, καθώς και σε κύρια σημεία συγκέντρωσης και σε τοπικές εκδηλώσεις.

5.5.3 Διασυνδεδεμένο ιωγενές marketing

Αυτό πλέον αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο μάρκετινγκ. Είναι πιθανό ότι μια εταιρεία θα πρέπει να προωθηθεί ενεργά μέσω του διασυνδεδεμένου κοινωνικού marketing με Facebook, Twitter, YouTube, φόρουμς, blogs, κλπ., και αυτή η εργασία μπορεί να γίνει εσωτερικά από το προσωπικό της εταιρείας. Μπορεί να περιλαμβάνει μια συνεχιζόμενη εκστρατεία προώθησης της υπηρεσίας μέσω ειδήσεων, δημιουργικών ιδεών, βραβείων, δημοσίων σχέσεων, ομάδων, δικτύων και διαγωνισμών. Οι πελάτες θα μπορούσαν επίσης να ενθαρρυνθούν για να προωθήσουν την υπηρεσία στα κοινωνικά τους δίκτυα, φίλων και συναδέλφων.

5.5.4 Ενημέρωση του περιεχομένου της ιστοσελίδας

Είναι απαραίτητο να ενσωματώνεται περιεχόμενο στο μπροστινό μέρος της ιστοσελίδας σε συνεχή βάση. Ένα χρήσιμο εργαλείο θα ήταν να υπάρχει ένα βίντεο άμεσα συνδεδεμένο στην κεντρική σελίδα του ιστοτόπου, να επανεξετάζεται τακτικά για να διασφαλίζεται η εγκυρότητα και η ισχύς του.

5.5.5 Χορηγία εκδηλώσεων

Αφού το CarSharing αποτελεί μια τοπική και κοινοτική επιχείρηση, είναι απαραίτητη μια σταθερή τοπική χορηγία εκδηλώσεων. Αυτό θα πρέπει να γίνει συνώνυμο με τη διαβίωση στην πόλη. Έτσι, είναι σημαντική η ενημέρωση για τοπικές εκδηλώσεις και δραστηριότητες, όπως ευκαιρίες δικτύωσης τοπικών επιχειρήσεων και πολιτιστικές εκδηλώσεις.

5.5.6 Διαδικτυακή διαφήμιση

Θα πρέπει να εξεταστούν και να εφαρμοστούν δυνατότητες διαφήμισης, όπως σχετικό έμβλημα (banner) και διαγωνισμοί σε ιστοσελίδες που ασχολούνται με τοπικά νέα, ψυχαγωγία, εκδηλώσεις, αναζήτηση εργασίας και κατοικίας, μέσα

ενημέρωσης, συμπεριλαμβανομένων ειδικών προσφορών του διαδικτύου σε σχετικές ιστοσελίδες.

5.5.7 Δημόσιες Σχέσεις

Θα ήταν ίσως χρήσιμο να χρησιμοποιηθούν οι υπηρεσίες μιας επαγγελματικής εταιρείας δημοσίων σχέσεων, προκειμένου να παραμένει σταθερά η ιδέα του CarSharing, ιδίως μέσω του γραπτού τύπου, στους κατοίκους, τις επιχειρήσεις και τους τακτικούς επισκέπτες.

5.5.8 Ράδιο

Το τοπικό ραδιόφωνο αποτελεί μια τέλεια προσέγγιση από στόμα σε στόμα. Ένας τρόπος χρήσης του ραδιοφώνου μπορεί να είναι η δημιουργία καμπάνιας σε τοπικό και εθνικό επίπεδο, στην οποία χορηγείται συγκεκριμένο σχετικό περιεχόμενο και χαρακτηριστικά.

5.5.9 Σήμανση τοποθεσίας

Η σήμανση στο δρόμο νέων θέσεων σταθμών αυτοκινήτων έχει αποδειχθεί ότι είναι ένας πολύ αποτελεσματικός τρόπος διαφήμισης.

5.5.10 Βίντεο

Τα οπτικά εργαλεία είναι πολύ χρήσιμα για την παρουσίαση και προώθηση του CarSharing και μπορούν να χρησιμοποιηθούν στην ιστοσελίδα, στο κοινωνικό marketing με χρήση των μέσων μαζικής ενημέρωσης, καθώς και για παρουσιάσεις και εκθέσεις. Το βίντεο μπορεί να ενημερώνεται κάθε χρόνο με καινούριο ετήσιο, επικεντρωμένο στις πρόσφατες εξελίξεις, σε διαφορετικές ομάδες πληθυσμού και χρήσεις πελατών.

5.5.11 Εκθέσεις

Σχετικά υλικά, π.χ. αναδυόμενες αφίσες, μπορούν να δημιουργηθούν και να εξακολουθούν να παράγονται για να υποστηρίξουν τη συμμετοχή σε τοπικές και εθνικές εταιρικές εκθέσεις/εκδηλώσεις, όπως αυτές κατά τη διάρκεια της Ευρωπαϊκής Εβδομάδας Κινητικότητας κάθε Σεπτέμβριο.

5.5.12 Συμμετοχή σε Εταιρικούς Οργανισμούς

Γίνετε μέλος των τοπικών επιχειρηματικών δικτύων, όπως το Εμπορικό Επιμελητήριο, καθώς αυτά δίνουν την ευκαιρία για προώθηση της υπηρεσίας σε δυνητικούς πελάτες, για συναλλαγές με άλλες οργανώσεις· ακόμη βρείτε δυνητικούς εταίρους ή εξωτερικούς επενδυτές.

5.5.13 Ενημερωτικό δελτίο μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (E-mail newsletter)

Η εσωτερική επικοινωνία με τους πελάτες είναι πολύ σημαντική, οπότε είναι θεμιτό να παρέχεται ένα τακτικό e-mail newsletter στους πελάτες. Αυτό μπορεί επίσης να αποστέλλεται σε άλλους οργανισμούς για την κυκλοφορία του στους πελάτες τους ή τα μέλη των οργανισμών αυτών.

5.5.14 Διαφημιστικά Δώρα

Τα διαφημιστικά και διαγωνιστικά βραβεία για υπάρχοντες και δυνητικούς πελάτες αποτελούν ένα τρόπο διατήρησης ή απόκτησης ενδιαφέροντος για την υπηρεσία. Τα δώρα μπορούν να προωθηθούν μέσω ενημερωτικού δελτίου και με διαγωνισμούς σε κοινωνικά δίκτυα με τη χρήση των μέσων μαζικής ενημέρωσης, με παραπομπή σε κίνητρα για τους πελάτες και με καμπάνιες σε νέους σταθμούς αυτοκινήτων.

6. Έρευνα και Ανάπτυξη

6.1 Έρευνα και Ανάπτυξη (E&A)

Είναι σημαντικό να παρουσιαστεί ότι, όπου ενδείκνυται και είναι εφικτό, νέες τάσεις στον τομέα της τεχνολογίας, αναπτυσσόμενες για να κάνουν το CarSharing περισσότερο αποτελεσματικό και οικονομικά βιώσιμο, εξετάζονται, ερευνώνται, δοκιμάζονται και εφαρμόζονται.

Παρόλο που η E&A έχει συμβάλει στην αρχική σύσταση της υπηρεσίας, η συνεχιζόμενη E&A είναι μια σημαντική δραστηριότητα για τη διατήρηση της αξίας των διάφορων πόρων που χρησιμοποιούνται για να λειτουργήσει η υπηρεσία. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη βελτίωση των διάφορων λογισμικών προγραμμάτων, που προωθούν τις υποστηρικτικές υπηρεσίες διαχείρισης εξυπηρέτησης πελατών, στόλου και κρατήσεων, καθώς και τη βελτίωση και ανάπτυξη της ιστοσελίδας και των τρόπων με τους οποίους οι πελάτες μπορούν να κάνουν κράτηση και χρήση των οχημάτων.

Οι διαχειριστές CarSharing συμμετέχουν επίσης ενεργά στη λειτουργία ή την εξέταση του τρόπου με τον οποίο θα ενσωματωθούν στο στόλο οχήματα που κινούνται με βιοκαύσιμα ή ηλεκτρική ενέργεια. Το γεγονός αυτό είχε ήδη συνέπειες στην κράτηση οχημάτων και στα συστήματα πρόσβασης των πελατών, καθώς και σε άλλες λειτουργικές διαδικασίες.

6.2 Συνεργάτες τεχνικοί

Δώστε λεπτομερή στοιχεία των υφιστάμενων τεχνικών εταιρών, όπως αυτών που εμπλέκονται στην παροχή software και hardware υλικού διαχείρισης των πελατών και των οχημάτων, των ίδιων των οχημάτων και των σταθμών αυτοκινήτων.

6.3 IP, Ευρεσιτεχνίες, Πνευματικά Δικαιώματα, Μάρκες

Δώστε λεπτομέρειες κάθε συμφωνίας που έχει επιτευχθεί όσον αφορά την πνευματική ιδιοκτησία, τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας και τα πνευματικά δικαιώματα, που σχετίζονται κυρίως με ειδικά λογισμικά προς χρήση, παραγόμενο διαφημιστικό υλικό, καθώς και κάθε σύμπραξης με βασικούς εταίρους.

Μπορεί επίσης να είναι απαραίτητη η προστασία του ονόματος της υπηρεσίας, περιλαμβάνοντάς το στο όνομα της εταιρείας και/ή ως εταιρική επωνυμία της επιχείρησης. Για παράδειγμα, το όνομα της εταιρείας μπορεί να είναι X Πόλη CarSharing, αλλά το όνομα της υπηρεσίας μπορεί να είναι EasiCar X. Το τελευταίο θα πρέπει να αποτελεί εγγεγραμμένη επωνυμία της εταιρείας.

7. Προσωπικό και λειτουργίες

7.1 Οργάνωση Διοίκησης (συμπεριλαμβανομένου του Διοικητικού Συμβουλίου)

Παρουσιάστε μια λίστα με τα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου και τις αρμοδιότητές τους, για παράδειγμα όπως αναφέρεται κατωτέρω:

Όνομα	Αρμοδιότητα
A	Διευθύνων Σύμβουλος και Διευθυντής Οικονομικών Υπηρεσιών
B	Διευθυντής Τεχνικών Υπηρεσιών και Λειτουργιών
Γ	Διευθυντής Πωλήσεων και Marketing

Αναφέρετε και άλλα μέλη του προσωπικού και τις αρμοδιότητές τους, όπως:

Όνομα	Αρμοδιότητα
Δ	Διαχειριστής Λογαριασμών και Πελατών
E	Βοηθός Τεχνικών Υπηρεσιών και Λειτουργιών
Z	Βοηθός Πωλήσεων

Καθορίστε την κατανομή διαδικασιών και καθηκόντων και τους υπεύθυνους ανά περίπτωση, για παράδειγμα όπως ορίζεται στον παρακάτω πίνακα:

Διαδικασίες	Καθήκοντα	Ποιος
Οικονομική διαχείριση	Έλεγχος μηνιαίων λογαριασμών. Προληπτικός πιστωτικός έλεγχος. Ανάλυση κόστους και απόδοσης. Εβδομαδιαίες και μηνιαίες εκθέσεις διαχείρισης.	B & Δ B & Δ A & B A & Δ
Πωλήσεις	Παρακολούθηση / ανταπόκριση σε διαδικτυακά και τηλεφωνικά αιτήματα. Παρακολούθηση διαδικασίας εγγραφής του κάθε πελάτη. Προετοιμασία και έκδοση SmartCard, PIN, εγχειριδίων πελάτη. Παρακολούθηση εγγραφής πελατών μέσω ταχυδρομείου.	Γ & Z B & Δ Γ, Δ & Z Γ & Z
Εξυπηρέτηση πελατών	Πληροφορίες μέσω e-mail ή / και ηλεκτρονικού ενημερωτικού δελτίου. Διαχείριση παραπόνων. Κρατήσεις μέσω τηλεφώνου.	Γ & Z B & Δ τηλ. κέντρο
Λειτουργίες	Θέματα στόλου - έλεγχος οχημάτων και καθαρισμός; υλικό εξοπλισμού (hardware) οχημάτων; αντιμετώπιση εσφαλμένων μηνυμάτων.	B & E
Marketing και Δημόσιες σχέσεις	Ενημερωτικές συναντήσεις Ενημέρωση πληροφοριών ιστοσελίδας Ενίσχυση του προφίλ της εταιρείας/μάρκας με συνδυασμό κάλυψης από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και εμπορικές πρωτοβουλίες. Προετοιμασία υλικού marketing. Διανομή διαφημιστικού υλικού, π.χ. φυλλαδίων.	Γ & Z Γ Γ & Z Γ & Z Γ & Z
Μελλοντική ανάπτυξη	Ενημέρωση επιχειρηματικών σχεδίων και αναζήτηση επενδυτών	A - βοήθεια του Δ.Σ.

7.2 Στελέχωση

Δώστε λεπτομέρειες των μελλοντικών αναγκών σε προσωπικό κατά την περίοδο που αναφέρεται το επιχειρηματικό σχέδιο και τη λογική για τις ανάγκες αυτές. Αυτό μπορεί να σημαίνει ότι αντί να αυξάνεται ο αριθμός των μελών του προσωπικού, θα αυξηθούν οι ώρες εργασίας του υπάρχοντος προσωπικού και το εθελοντικό προσωπικό θα αντικατασταθεί από έμμισθο ό,τι η όποια αύξηση προσωπικού θα αφορά βοηθούς σε τοπικές πωλήσεις και σε τεχνικές υπηρεσίες/λειτουργίες, σε υφιστάμενες τοποθεσίες ή σε νέες, σε άλλα σημεία στην πόλη/περιοχή/χώρα, καθώς η υπηρεσία επεκτείνεται.

7.3 Εκπαιδευτικά Προγράμματα

Αναφέρετε πληροφορίες για την εκπαίδευση που έχει γίνει μέχρι σήμερα και από ποιον, καθώς και ποια θα μπορούσε να είναι η μελλοντική κατάρτιση. Για παράδειγμα, εκπαίδευση και τεχνική βοήθεια αναφορικά στη χρήση ICT συστήματος θα μπορούσαν να παρέχονται στο βασικό προσωπικό από συναδέλφους άλλων τεχνικών εταιρειών και συνεργατών, οι οποίες μπορούν να ενισχυθούν μέσω εσωτερικής συνέχισης της εκπαίδευσης από το βασικό προσωπικό στα υπόλοιπα μέλη της ομάδας. Η μελλοντική εκπαίδευση θα μπορούσε να στηρίζεται σε παρόμοια βάση, μαζί με τεχνική βοήθεια παρεχόμενη σε συνεχή βάση από τεχνικούς συνεργάτες, καθώς το ICT σύστημα αναβαθμίζεται και ενημερώνεται.

7.4 Λειτουργίες

7.4.1 Φυσικές απαιτήσεις της επιχείρησης

7.4.1.1 Οχήματα

Δώστε λεπτομέρειες για τα οχήματα που πρόκειται να χρησιμοποιούνται αρχικά, το σκεπτικό για την επιλογή τους και για την επιλογή οποιωνδήποτε νέων τύπων οχημάτων πρόκειται να αποκτηθούν στο μέλλον. Η επιλογή των οχημάτων θα εξαρτηθεί από τα αποτελέσματα μιας μελέτης σκοπιμότητας ή μιας έρευνα αγοράς, καθώς και από τη διαθεσιμότητα. Δεδομένου ότι οι πιο πολλές λειτουργίες CarSharing ξεκινούν με μικρό στόλο, θα είχε περισσότερο νόημα να επιλεγεί ο πιο ευέλικτος τύπος οχήματος της ίδιας μάρκας, με ένα πολύ περιορισμένο εύρος 2/3 διαφορετικών μοντέλων. Καθώς αυξάνει η ζήτηση και οι πελάτες κάνουν προτάσεις για άλλα μοντέλα, όπως μεγαλύτερα ημιφορτηγά ή μεταφορείς πολλών ατόμων, η κατηγορία και το είδος των οχημάτων μπορεί να ποικίλουν περισσότερο. Επιπλέον, θα πρέπει να λαμβάνεται υπ' όψιν το επίπεδο της ποιότητας των χαρακτηριστικών, π.χ. ηλιοροφών, ψυχαγωγίας (CD player), υποδοχών για προσωπικά αντικείμενα, όπως κινητά τηλέφωνα και Bluetooth.

7.4.1.2 Εγκαταστάσεις

Δώστε λεπτομέρειες για όλες τις εγκαταστάσεις που έχουν ήδη αποκτηθεί και τη φύση των υφιστάμενων συμφωνιών που αφορούν τις εγκαταστάσεις. Αν οι εγκαταστάσεις δεν έχουν ήδη αποκτηθεί, τότε ορίστε τη φύση των ιδανικών ή εν δυνάμει χώρων και το πιθανό κόστος τους.

7.4.1.3 Εξοπλισμός

Αναφέρετε όλο τον απαραίτητο εξοπλισμό, όπως τον τυπικό εξοπλισμό γραφείου, συμπεριλαμβανομένου ηλεκτρονικού/φορητού υπολογιστή, πολυμηχανήματος εκτυπωτή/scanner/φωτοτυπικό.

Εκτός από τον εξοπλισμό γραφείου, παραθέστε κατάλογο του εξοπλισμού που σχετίζεται με τα οχήματα, όπως ενσωματωμένο υπολογιστή, πληκτρολόγιο, αναγνώστη καρτών, ηχείο και μικρόφωνο, καθώς και εγχειρίδιο, παιδικό κάθισμα, φακό, γιλέκο υψηλής ορατότητας, κουτί πρώτων βοηθειών, προειδοποιητικό τρίγωνο, ομπρέλα και φωτογραφική μηχανή μιας χρήσεως. Υπολογίστε το κόστος αυτών των στοιχείων ανά όχημα, συμπεριλαμβανομένης της εγκατάστασης του εξοπλισμού συστήματος ICT.

7.4.1.4 Υποδομές

Αναφέρετε τα κύρια στοιχεία των υποδομών, που θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν τον εξοπλισμό που τοποθετείται σε κάθε χώρο στάθμευσης αυτοκινήτων για την οριοθέτησή του και τη σήμανση της εταιρείας σε κάθε σταθμό αυτοκινήτων.

Το κόστος των εν λόγω υποδομών θα πρέπει επίσης να ληφθεί υπ' όψιν. Σε ορισμένες περιοχές οι διαχειριστές CarSharing έχουν ξεχωριστές θυρίδες για τα κλειδιά των οχημάτων, που είναι προσβάσιμες με ειδική κάρτα (smartcard). Τέτοιες θυρίδες (βλ. παρακάτω φωτογραφίες) αντικαθιστούν την ανάγκη για κύριο εντός του οχήματος υπολογιστή και πληκτρολόγιο και κοστίζουν περίπου 4 φορές όσο ο εξοπλισμός εντός οχήματος.



7.4.1.5 Παροχές Επικοινωνίας

Δώστε λεπτομέρειες σχετικά με τις απαιτούμενες βασικές παροχές επικοινωνίας. Αυτές σχετίζονται με τους υπολογιστές σε κάθε όχημα ή σε κάθε θυρίδα κλειδιών, που συνήθως πληρείται από μια απλή κάρτα SIM κινητής τηλεφωνίας. Αυτό επιτρέπει την επικοινωνία μεταξύ των οχημάτων/θυρίδων κλειδιών με τον κύριο διακομιστή κράτησης και το τηλεφωνικό κέντρο κράτησης. Επιπλέον, θα πρέπει να αναφέρονται στοιχεία για κάθε τεχνολογία κινητής τηλεφωνίας που χρησιμοποιείται από τα μέλη του προσωπικού. Αυτή θα μπορούσε να κυμαίνεται από απλά κινητά τηλέφωνα έως πιο εξελιγμένα smart phones, τα οποία μπορούν να χρησιμοποιούνται για τους τακτικούς ελέγχους των οχημάτων.

7.4.1.6 Προμηθευτές

Δώστε στοιχεία των προμηθευτών όλου του εξοπλισμού και υλικού που χρησιμοποιείται ή πρόκειται να χρησιμοποιηθεί στη νέα υπηρεσία. Θα πρέπει να περιλαμβάνεται ο εξοπλισμός ICT εντός του οχήματος, οι θυρίδες κλειδιών, τα λογισμικά συστήματα του γραφείου υποστήριξης, η τεχνική υποστήριξη και εκπαίδευση, το τηλεφωνικό κέντρο και η ιστοσελίδα, ο εξοπλισμός οριοθέτησης των χώρων στάθμευσης, οι πινακίδες πληροφοριών και οι σημάνσεις της εταιρείας, ο σχεδιασμός και η εκτύπωση διαφημιστικού και ενημερωτικού υλικού, οι τηλεματικές υπηρεσίες, συμπεριλαμβανομένων των καρτών SIM, οι κάρτες καυσίμων και φυσικά τα ίδια τα οχήματα.

8. Οικονομικές Προβλέψεις

Αυτό το μέρος του σχεδίου θα πρέπει να περιλαμβάνει τα ακόλουθα στοιχεία:

- βασικές παραδοχές
- λογαριασμοί κερδών και ζημιών
- ισολογισμοί
- προβλέψεις ταμειακών ροών

8.1 Βασικές παραδοχές

8.1.1 Πηγές εισοδήματος

Δώστε λεπτομέρειες σχετικά με τις εκτιμήσεις των ποσοστών απόκτησης νέων πελατών και λάβετε υπ' όψιν οποιαδήποτε προαιρετικά στοιχεία από νέους και υπάρχοντες πελάτες, όπως τυχόν πλεόνασμα μείωσης του τέλους για εξουσιοδοτημένους οδηγούς· μηνιαία/ετήσια διοικητικά τέλη που καταβάλλονται από όλους τους νέους πελάτες και επιπλέον οδηγούς· τέλη χρήσης με βάση το μέσο αριθμό ωρών ανά διαδρομή και τη μέση απόσταση ανά διαδρομή, με τις εκτιμήσεις των % νέων πελατών και των % υφιστάμενων πελατών που χρησιμοποιούν ένα όχημα κάθε μήνα. Τα στοιχεία αυτά μπορούν να ληφθούν από άλλους διαχειριστές CarSharing, προκειμένου να παρέχουν αρχικές εκτιμήσεις και θα πρέπει να παρακολουθούνται στενά για να γίνει αντιληπτό πώς αλλάζουν οι μέσοι όροι διαδρομής με την πάροδο του χρόνου· τότε νέοι μέσοι όροι θα πρέπει να χρησιμοποιούνται για την εκτίμηση του εισοδήματος.

Κάθε πακέτο τελών κράτησης για εταιρικούς ή ιδιώτες οργανωτικούς πελάτες θα πρέπει επίσης να περιλαμβάνεται ως μέρος συμφωνίας μαζί τους, παρέχοντας λεπτομέρειες για τη δομή κάθε πακέτου σε κάθε περίπτωση.

8.1.2 Αριθμός υπαλλήλων που προβλέπεται για κάθε έτος και προβλεπόμενοι μισθοί

Χρησιμοποιήστε τον παρακάτω πίνακα για να αναφέρετε τα διάφορα επίπεδα προσωπικού και τα αρχικά και επόμενα επίπεδα των μισθών τους.

Θέση	€
Διευθύνων Σύμβουλος και Διευθυντής Οικονομικών Υπηρεσιών	από X,000 το 201X προς Y,000 το 201Z
Διευθυντής Τεχνικών Υπηρεσιών και Λειτουργιών	από X,000 το 201X προς Y,000 το 201Z
Διευθυντής Πωλήσεων και Marketing	από X,000 το 201X προς Y,000 το 201Z
Διαχειριστής Λογαριασμών και Πελατών	από X,000 το 201X προς Y,000 το 201Z
Βοηθός Τεχνικών Υπηρεσιών και Λειτουργιών	από X,000 το 201X προς Y,000 το 201Z
Βοηθός Πωλήσεων	από X,000 το 201X προς Y,000 το 201Z

8.1.3 Υπολογισμοί Εξόδων

Δώστε λεπτομέρειες των λειτουργικών εξόδων, περιλαμβάνοντας το αναλογικό κόστος αγοράς των οχημάτων, τη μίσθωση και ενοικίαση οχημάτων, την αγορά εξοπλισμού εντός των οχημάτων ή άλλου εξοπλισμού ICT, μαζί με τις σχετικές δαπάνες για τον ανεφοδιασμό καυσίμων, τον καθαρισμό, τη συντήρηση και την επισκευή των οχημάτων, καθώς και τη σήμανση της υπηρεσίας και το συνεχές διαφημιστικό υλικό.

8.1.4 Υπολογισμός νεκρού σημείου επένδυσης

Ο υπολογισμός του νεκρού σημείου επένδυσης ανά όχημα θα πρέπει να εκτιμηθεί και θα μπορεί να παρουσιαστεί χωριστά για κάθε σταθμό αυτοκινήτων. Για παράδειγμα, οι πάνω τρεις σειρές του παρακάτω πίνακα μπορούν να δείξουν υπολογισμούς

βασιζόμενους σε όλα τα μέσα μηνιαία λειτουργικά κόστη ανά όχημα, συμπεριλαμβανομένου του σχετικού κόστους υποδομής, αλλά εξαιρώντας τα διαφημιστικά έξοδα, τις κεντρικές διοικητικές δαπάνες και τα έξοδα προσωπικού. Οι κάτω τρεις σειρές μπορούν να δείξουν υπολογισμούς βασιζόμενους σε όλα τα μέσα μηνιαία λειτουργικά κόστη ανά όχημα, συμπεριλαμβανομένου του σχετικού κόστους υποδομής, αλλά και των εξόδων προώθησης, των κεντρικών διοικητικών δαπανών και των εξόδων προσωπικού, επιμερισμένα εξίσου ανά όχημα για τα εκτιμώμενα κόστη για το πρώτο έτος. Καθώς ο στόλος μεγαλώνει και τα επίπεδα δραστηριότητας και τα κόστη αυξάνονται τα επόμενα χρόνια, το νεκρό σημείο επένδυσης ανά όχημα θα αλλάξει.

Τοποθεσία	Μέσο μηνιαίο κόστος ανά όχημα	Νεκρό σημείο από αριθμό ωρών ανά μήνα @ €X	Νεκρό σημείο από αριθμό διαδρομών ανά μήνα @ X ώρες ανά διαδρομή
CS1	X00	XXX-X% του χρόνου κράτησης	XX
CS2	Y00	YYY-Y% του χρόνου κράτησης	YY
CSv	Z00	ZZZ-Z% του χρόνου κράτησης	ZZ
CS1	X00	XXX-X% του χρόνου κράτησης	XX
CS2	Y00	YYY-Y% του χρόνου κράτησης	YY
CSv	Z00	ZZZ-Z% του χρόνου κράτησης	ZZ

8.2 Κέρδος και Ζημιά

Στοιχείο	201X €	201Y €	201Z €
Έσοδα:			
Ενοικίαση αυτοκινήτων			
Αμοιβή διαχειριστή			
Συνολικά έσοδα			
Έξοδα:			
Κόστος στόλου οχημάτων			
Κόστος γραφείου			
Κόστος “back office”			
Συνολικά έξοδα			
Κέρδος πριν τα Τέλη			
Φορολογία			
Κέρδος μετά τα Τέλη			
Παρακρατηθέντα Κέρδη			

8.3 Προβλέψεις ταμειακών ροών 201X-201Z

Οι προβλέψεις ταμειακών ροών θα πρέπει να καθορίζονται σε μηνιαία βάση για κάθε έτος και μπορούν να περιλαμβάνουν τα ακόλουθα στοιχεία για κάθε τοποθεσία στον πρώτο πίνακα και για τη συνολική λειτουργία στο δεύτερο πίνακα. Χρησιμοποιώντας το λογισμικό υπολογιστικών φύλλων είναι δυνατή η τροποποίηση, αναθεώρηση και ενημέρωση αυτών εύκολα, αφού τα κελιά συνδέονται μεταξύ τους και περιλαμβάνονται σε φόρμουλες κατάλληλες ανά περίπτωση.

Τοποθεσία X/Y

Έσοδα

Νέοι πελάτες
Πλεόνασμα μείωσης τελών
Μηνιαία τέλη
Τέλη μίσθωσης
Κράτηση μπλοκ – συμβούλιο
Κράτηση μπλοκ – εταιρικό

Συνολικά έσοδα

Λειτουργικά έξοδα

Τοπικοί υπάλληλοι
Καύσιμα
Καθαρισμός
Πρώθηση
Υποδομές σταθμών αυτοκινήτων
Ενοικίαση χώρων στάθμευσης
Εξοπλισμός εντός οχημάτων
Leasing αυτοκινήτων
Ασφάλιση αυτοκινήτων
Επισκευές

Μερικό σύνολο

Συνολικά έξοδα

XYZ Υπηρεσία CarSharing

Έσοδα

Νέοι πελάτες
Πλεόνασμα μείωσης τελών
Μηνιαία τέλη
Τέλη μίσθωσης
Συμβούλιο X
Συμβούλιο Y
Κράτηση μπλοκ – εταιρικό
Επένδυση
Δάνεια
ΦΠΑ/επιστροφή φόρου

Συνολικά έσοδα

Δαπάνες διαχείρισης

Μισθοί βασικού προσωπικού & κοινωνικά/φορολογικά έξοδα
Έξοδα ταξιδιών & διαμονής
Τηλεπικοινωνίες
Ασφάλιση
Γραφική ύλη & είδη γραφείου
Έξοδα ταχυδρομείου
Φωτοτυπίες & εκτυπώσεις
Ενοίκιο, θέρμανση και φως
Έλεγχος, λογιστικός & νομικός
Τραπεζικά έξοδα & τόκοι
Σύστημα ICT

Μερικό σύνολο

Πληρωμή ΦΠΑ
Αποπληρωμή δανείων

Μερικό σύνολο

Λειτουργικές δαπάνες

Τοποθεσία Χ

Μερικό σύνολο

Τοποθεσία Υ

Μερικό σύνολο

Αμοιβές συμβάσεων

Συνολικά έξοδα

9. Απαιτήσεις Χρηματοδότησης

9.1 Πηγές

9.1.1 Κεφάλαια υποστηρικτών

Αναφέρετε λεπτομέρειες για κεφάλαια, είτε μέσω δανείων ή επενδύσεων, των υποστηρικτών από τους ιδίους πόρους τους.

9.1.2 Τραπεζική δανειοδότηση

Δώστε λεπτομέρειες σχετικά με τυχόν δάνεια ή/και διευκολύνσεις υπερανάληψης από την τράπεζα, συμπεριλαμβανομένων των όρων αποπληρωμής των δανείων και την περίοδο αναθεώρησης των διευκολύνσεων υπερανάληψης.

9.1.3 Επιδοτήσεις ή δάνεια από οργανισμούς

Δώστε λεπτομέρειες για τις επιδοτήσεις ή/και τα δάνεια από κρατικούς φορείς, καθώς και τους σχετικούς όρους και τις προϋποθέσεις επιδότησης/δανειοδότησης.

9.1.4 Υπάρχουσες επενδύσεις

Δώστε λεπτομέρειες σχετικά με επενδύσεις που έχουν ήδη προχωρήσει, συμπεριλαμβανομένων αυτών από τους ίδιους τους υποστηρικτές και από εξωτερικούς επενδυτές, μαζί με τη φύση των επενδύσεων, π.χ. δάνεια ή/και ίδια συμμετοχή, με τους συναφείς όρους και προϋποθέσεις.

9.1.5 Επιδιωκόμενες επενδύσεις

Αναφέρετε λεπτομέρειες σχετικά με τυχόν πρόσθετες επενδύσεις που έχουν αναζητηθεί και τότε αυτές θα γίνουν απαραίτητες, συμπεριλαμβάνοντας τις αντίστοιχες ημερομηνίες, τα ακριβή ποσά και τις συνθήκες αποπληρωμής ή τα μετοχικά δικαιώματα που θα είναι διαθέσιμα.

9.2 Εφαρμογή χρηματοδότησης

Δώστε λεπτομέρειες για το πώς η χρηματοδότηση που έχει ήδη παραληφθεί ή έχει αναζητηθεί, έχει ή πρόκειται να χρησιμοποιηθεί. Οι πιθανοί τρόποι αξιοποίησης αναφέρονται παρακάτω.

9.2.1 Εξοπλισμός

Οχήματα και συναφής εξοπλισμός ICT, υποδομή σταθμών αυτοκινήτων και σήμανση υπηρεσίας.

9.2.2 Έρευνα & Ανάπτυξη (E&A)

Ενσωμάτωση ηλεκτρικών οχημάτων στο στόλο και συναφείς προσθήκες στα συστήματα κράτησης και παρακολούθησης.

9.2.3 Marketing

Διάφορα στοιχεία, όπως αναφέρονται στο κεφάλαιο 5 αυτού του επιχειρηματικού σχεδίου.

9.2.4 Στελέχωση

Προσωπικό διαχείρισης, τεχνικών υπηρεσιών, λειτουργιών, πωλήσεων και διοίκησης.

9.3 Στρατηγική αποχώρησης

Οι επενδυτές και οι μέτοχοι της εταιρείας θα χρειαστεί να ενημερώνονται για τις στρατηγικές εξόδου και έτσι είναι σημαντικό ότι αυτές θα εξετάζονται προσεκτικά. Παραδείγματα κάθε τύπου που αναφέρονται παρακάτω.

9.3.1 Για τους μεμονωμένους επενδυτές

Εφόσον η επένδυση είναι δάνειο, περιορισμένου χρόνου επιστροφή κεφαλαίου συν τους τόκους, συμφωνηθείσα κατά τη στιγμή της επένδυσης.

Εάν η επένδυση αποτελεί ίδια κεφάλαια, είτε μεταβίβαση είτε πώληση των μεριδίων σε άλλους μετόχους ή εξαγορά των μετοχών από την εταιρεία άμεσα ή πώληση των μετοχών σε νέους επενδυτές.

9.3.2 Για την εταιρεία

Στην ιδανική περίπτωση, δεν θα υπήρχε στρατηγική εξόδου για την επιχείρηση, αφού αυτή θα είχε την πρόθεση να συνεχίσει να παρέχει υπηρεσίες, να προχωρήσει προς την κερδοφορία και την επέκταση. Σε αυτήν την περίπτωση είναι πιθανό να χρειάζεται η έλξη πρόσθετων επενδύσεων, ώστε να επιτευχθεί η αξιοποίηση του πλήρους δυναμικού και να ενσωματωθούν νέα μοντέλα, τεχνολογίες και αγορές.

Εναλλακτικά, για την επίτευξη κερδοφορίας, επέκτασης και αξιοποίησης του πλήρους δυναμικού, ίσως να χρειαστεί η εταιρεία να πωληθεί σε ανταγωνιστή ή σε νεοεισερχόμενο στην αγορά ή σε νέο σύνολο επενδυτών.

10. Παραρτήματα

10.1 Περιγραφή περιεχομένου

Το κεφάλαιο αυτό μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να παρέχει λεπτομερή στοιχεία, στα οποία βασίζεται το κυρίως κείμενο του επιχειρηματικού σχεδίου και επιπλέον πληροφορίες που ενδιαφέρουν τους αναγνώστες του σχεδίου. Τα θέματα που περιλαμβάνονται στα παραρτήματα συνήθως είναι μερικά ή όλα από τα ακόλουθα:

- Βιογραφικά προφίλ των υποστηρικτών
- Λεπτομερείς οικονομικές παραδοχές
- Πρόσφατοι εταιρικοί ελεγμένοι λογαριασμοί (εάν υπάρχουν)
- Πίνακας χρήσης κεφαλαίων και ιστορικό επενδύσεων
- Όροι συμμετοχής για δυνητικούς επενδυτές
- Ευρήματα λεπτομερούς έρευνας αγοράς (μελέτη σκοπιμότητας)
- Διαφημιστικά έντυπα (αφίσες, φυλλάδια, έντυπα)
- Πληροφορίες για το προϊόν ή την υπηρεσία (εγχειρίδια πελατών, οχημάτων)
- Συμφωνίες με τοπικά συμβούλια και άλλους στρατηγικούς εταίρους
- Στοιχεία του ιστοτόπου της εταιρείας (βλέπε 10.2 που ακολουθεί)
- Συστάσεις ή επιστολές πρόθεσης από τους πελάτες (βλέπε 10.3)

10.2 Περιγραφή του ιστοτόπου

Η ιστοσελίδα της εταιρείας είναι www.xxxxxx.com.

Χάρτης προτεινόμενης ιστοσελίδας:

Κεντρική σελίδα:

Σύνδεση με σύντομο επεξηγηματικό βίντεο

Σύνδεση με τη διαδικασία εγγραφής/αίτησης

Σύνδεση με τα Τιμολόγια

Σύνδεση με τις Τοποθεσίες

Σύνδεση με τα Οχήματα

Νέα

Είσοδος (με αριθμό πελάτη και μοναδικό PIN) για κρατήσεις και πρόσβαση στα προσωπικά δεδομένα

Σύνδεσμοι σε

Τι είναι το CarSharing;

Facebook, Twitter και Blog

Λήψεις

Εγχειρίδιο πελατών

Φυλλάδια

Συχνές Ερωτήσεις

10.3 Παραδείγματα Συστάσεων

10.3.1. Ιδιώτης πελάτης

Σκοπεύω να γίνω πελάτης, γιατί χρειάζεται να μεταφέρω ορισμένα μεγάλα αντικείμενα. Ένα ημιφορτηγό θα ήταν πολύ καλή λύση. Θα εξετάσω το ενδεχόμενο να ξεφορτωθώ το αυτοκίνητό μου, αφού η υπηρεσία CarSharing είναι πολύ πιο αξιόπιστη και βολική για στάθμευση στο κέντρο της πόλης.

10.3.2 Εταιρικός πελάτης

Έχουμε δύο γραφεία στη χώρα. Το προσωπικό μας ταξιδεύει τακτικά από το ένα γραφείο στο άλλο και επισκέπτεται τους πελάτες μας λίγο έξω από τις πόλεις όπου βρίσκονται τα γραφεία μας. Θα είναι πιο βολικό τα μέλη του προσωπικού να μετακινούνται με το τρένο και να χρησιμοποιούν την υπηρεσία CarSharing για τις επισκέψεις στους πελάτες.

Το όφελος είναι διπλό: πρώτον η δυνατότητα να εργαζόμαστε κατά τη διαδρομή μας στο τρένο και δεύτερον η διευκόλυνση να βρίσκονται τα οχήματα στο σταθμό, που σημαίνει ότι απλά διασχίζουμε το δρόμο για να χρησιμοποιήσουμε το αυτοκίνητο, και αντιστοίχως στην επιστροφή, απλά παρκάρουμε στο σταθμό και παίρνουμε το τρένο.

Υπάρχει επίσης προστιθέμενο οικονομικό όφελος στη χρήση CarSharing αντί ταξί, κάνουμε οικονομίες και έχουμε κάποια ανεξαρτησία. Διαπιστώνουμε επίσης ότι οι υπάλληλοί μας θα προτιμήσουν να χρησιμοποιήσουν την υπηρεσία CarSharing, καθώς οι πληρωμές είναι συγκεντρωτικές, αντί να χρειάζεται να πληρώνουν με μετρητά για ταξί και να ζητούν πίσω τα έξοδα.