

February 2011

Your Future Is In Your Business Model

Every business owner has, or at least has heard of, a business plan. It summarizes the operational and financial objectives of your business and gives a high-level overview of the operations of your company. Business plans are not only useful for planning purposes, but are oftentimes necessary to obtain financing and attract investors.

But what about a business model? This distant cousin of the business plan is rarely written or talked about, but it's what separates a Starbucks from an ordinary coffee shop.

"A business model describes your business and how it will generate revenues. It assesses the marketplace's needs, risks and costs," says Jim Terrell, a senior vice president with Comerica's Texas Small Business Banking division. "It's the basic framework your company will follow to become profitable."

Terrell outlines four main components your business model should contain.

Products and services. The first item to include is a description of the products and services your business will offer and why customers should purchase them. What makes your business unique and differentiates your product or service offerings? How will they fulfill the needs of customers?

"You must consider in your business model how you will transform your product or service into something attractive to consumers and how it will be made available to them," explains Terrell.

Necessary expenses. The next crucial item to consider is how much your fixed expenditures will be. First think about the core operating costs of the business. This includes everything from rent and employees to equipment and office supplies like computers. Also take into consideration the cost of any fees you may encounter when starting your business like licenses, agreements and legal, accounting and insurance fees.

You should also determine how much your product will cost to produce. Will you need a factory or supplier to produce it? Will you need to pay for shipping or transportation



across the country? If you're going to offer a service think about what upstart costs you will incur.

Revenues. The next step is determining how you will make money to offset the cost of your expenses and in the end, be profitable. Who will your potential customers be? Look at the demographic you will be targeting and identify your target customer. Study their location, purchasing patterns and habits. Next, start to think about how you will develop customer relationships and how you will sell your product or service.

You will need to develop a marketing and distribution strategy. "Entrepreneurs should learn about trends, new breakthroughs and research their competitors," advises Terrell. "It's also a good idea to talk to people outside of your industry. You never know what valuable information you can gain from an outside perspective."

Develop a detailed financial plan. Your detailed financial plan should include the initial investment needed to get your business up and running like facilities and equipment and also working capital to begin and sustain operations. It should also include an itemized list of expenses and revenue projections and keep track of profit, return on investment and cash flow.

Remember to continually think about your business model after you start your business, especially when it's time to branch out. If your business goals change it's time to revise your business model.

"Thinking through a business model can mean the difference between success and flat-out failure," says Terrell.

To access Comerica's tools and resources for small business owners, go to www.comerica.com and click on Small Business Banking.

For more information, please contact Kristin Arena at 214.871.7723 or Kristin@allynmedia.com.

Source: Comerica Bank, Member FDIC



Febrero de 2011

Su futuro radica en su modelo empresarial

Todo propietario de empresas tiene, o por lo menos ha escuchado hablar acerca de un plan de negocios. El mismo resume los objetivos operacionales y financieros de su empresa y otorga una descripción general de alto nivel de las operaciones de su compañía. Los planes de negocios no son útiles solo para los propósitos de planificación, sino son muchas veces necesarios para obtener financiamiento y atraer a inversionistas.

Pero, ¿qué tal un modelo empresarial? En muy pocas ocasiones se escribe o se habla sobre este primo lejano del plan de negocios, pero es lo que diferencia a un Starbucks de una simple tienda de café.

“Un modelo empresarial describe a su empresa y la manera en que la misma genera ingresos. Evalúa las necesidades, riesgos y costos del mercado”, dice Jim Terrell, vicepresidente senior encargado de la división de Operaciones Bancarias de Pequeñas Empresas de Texas de Comerica (Comerica’s Texas Small Business Banking). “Es el marco básico que su empresa seguirá para volverse rentable”.

Terrell describe cuatro componentes principales que su modelo empresarial debe tener.

Productos y servicios. El primer elemento que debe incluirse es una descripción de los productos y servicios que su empresa ofrecerá y los motivos por los cuales los clientes deberían comprarlos. ¿Qué hace que su empresa sea única y diferencia a su oferta de productos y servicios? ¿De qué manera llenarán las necesidades de los clientes?

“Debe incluir en su modelo empresarial la manera en que transformará su producto o servicio en algo atractivo para los clientes y cómo lo pondrá a su disposición”, explica Terrell.

Gastos necesarios. El siguiente elemento crucial a considerar es el costo de sus gastos fijos. En primer lugar, piense acerca de los costos operativos principales de la empresa. Esto incluye todo, desde el alquiler y los empleados, hasta el equipamiento y elementos de oficina como computadoras. También tenga en cuenta el costo de cualquier tarifa que deba abonar al comenzar la empresa, como licencias, acuerdos y tarifas legales, de contabilidad y de seguro.



También debe determinar cuánto costará producir el producto. ¿Necesitará de una fábrica o proveedor para producirlo? ¿Necesitará pagar por embarque o transporte a través del país? Si va a ofrecer un servicio piense acerca de los costos de inicio que tendrá que cubrir.

Ingresos. El siguiente paso es determinar de qué manera generará dinero para cubrir los costos de sus gastos y al final, ser rentable. ¿Quiénes serán sus potenciales clientes? Estudie la población a la que apuntará e identifique a su cliente objetivo. Estudie su ubicación, hábitos de compra y patrones. Luego, comience a pensar en cómo desarrollará las relaciones con los clientes y en la manera en que venderá su producto o servicio.

Tendrá que desarrollar una estrategia de distribución y marketing. “Los empresarios deben aprender acerca de las tendencias, los nuevos avances e investigar a su competencia”, aconseja Terrell. “También es buena idea hablar con personas que están fuera de su industria. Uno nunca sabe qué información valiosa puede obtener de una perspectiva externa”.

Desarrolle un plan financiero detallado. El plan financiero detallado debe incluir la inversión inicial necesaria para que su empresa comience y siga activa, como las instalaciones y los equipamientos, y también el capital de trabajo necesario para iniciar y sostener el funcionamiento. También debe incluir una lista detallada de las proyecciones de gastos e ingresos y mantener un registro de las ganancias, el rendimiento de la inversión y el flujo de efectivo.

Recuerde que debe pensar continuamente en su modelo empresarial luego de comenzar con su empresa, especialmente en el momento de ramificarse. Si los objetivos de su empresa cambian, es tiempo de revisar su modelo empresarial.

“Pensar a través de un modelo empresarial puede ser la diferencia entre el éxito y el fracaso aplastante” dice Terrell.

Para acceder a los recursos y herramientas de Comerica para propietarios de pequeñas empresas, visite www.comerica.com y haga clic en Small Business Banking [Operaciones Bancarias de Pequeñas Empresas].

Para obtener más información, contacte con Kristin Arena, llame al 214.871.7723 o escriba a Kristin@allynmedia.com.

Fuente: Comerica Bank, miembro de la Corporación Federal de Seguros de Depósitos (FDIC)

