STRATEGICKÝ PLÁN

Otevření kavárny v centru města

Business plán pro založení nezávislé kavárny s vlastním pražením kávy

STAV	Aktivní
VERZE	1
CELKEM SEKCÍ	6
AUTOR	ProfiPlans Team

STRUKTURA PLÁNU

Cíle	1
Analýza	1
Strategie	1
Akční kroky	1
Rizika	1
Shrnutí	1

Obsah

CÍLE

1. Vize a cíle projektu

ANALÝZA

2. Analýza trhu a konkurence

STRATEGIE

3. Obchodní strategie

AKČNÍ KROKY

4. Implementační harmonogram

RIZIKA

5. Rizika a krizové scénáře

SHRNUTÍ

6. Finanční plán a KPIs

Cíle

Definované cíle a výstupy plánu.

1 Vize a cíle projektu

Vize Vytvořit komunitní kavárnu, která spojuje kvalitní specialty kávu s příjemným prostorem pro práci, setkávání a relaxaci.

Koncept kavárny

Název: Zrnko (pracovní název)

Positioning: Premium specialty kavárna s vlastním pražením, alternativní přípravy, domácí dezerty, důraz na lokální a udržitelné.

Cílová skupina: - Mladí profesionálové (25-40 let) - Freelanceři a remote workers - Kávový nadšenci - Studenti VŠ (víkendové brunch)

Strategické cíle

Rok 1 (2026-2027) - Úspěšné otevření do Q3 2026 - Dosažení bodu zvratu do 8 měsíců - 150+ transakcí denně - Google hodnocení 4,5+ - Vytvoření loajální komunity (500+ členů věrnostního programu)

Rok 2 (2027-2028) - Obrat 4,5M Kč - Zisková marže 12-15 % - Spuštění vlastní pražírny - E-shop s kávou a merchandise

Rok 3+ (2028+) - Druhá pobočka nebo franchisa - B2B dodávky (kanceláře, restaurace)

Klíčové parametry

| Parametr | Hodnota | |----------|--------| | Počáteční investice | 2 500 000 Kč | | Velikost prostoru | 80-120 m² | | Počet míst | 35-45 | | Otevírací doba | 7:00-20:00 (Po-Pá), 8:00-18:00 (So-Ne) | | Zaměstnanci | 4-5 (včetně majitele) |

Analýza

Rozbor současného stavu a prostředí.

2 Analýza trhu a konkurence

Analýza lokality

Zvažované lokace

Lokalita	Pronájem	Průchodnost	Konkurence	Hodnocení
Centrum – pěší zóna	45 000 Kč	Vysoká	3 kavárny	₱
Čtvrť u univerzity	28 000 Kč	Střední	1 kavárna	₱
Business park	35 000 Kč	Nízká (ale cílová)	0	₱

Doporučení: Čtvrť u univerzity – nižší náklady, méně konkurence, cílová skupina na dosah.

Konkurenční analýza

Přímá konkurence (500m radius)

Kavárna X - Silné: Zavedená značka, velký prostor - Slabé: Průměrná káva, nepříjemná obsluha - Cena: Espresso 55 Kč

Řetězec Y - Silné: Nízké ceny, rychlost - Slabé: Neosobní, kvalita - Cena: Espresso 45 Kč

Naše konkurenční výhoda 1. **Specialty káva** – vlastní výběr zrn, alternativní přípravy 2. **Komunita** – eventy, workshop, věrnostní program 3. **Prostor pro práci** – wifi, zásuvky, tiché zóny 4. **Lokální a udržitelné** – čeští dodavatelé, bez jednorázových plastů

SWOT analýza

Silné stránky - Know-how majitele (5 let v gastronomii) - Unikátní koncept v lokalitě - Nízké fixní náklady (menší prostor)

Slabé stránky - Nová značka bez povědomí - Omezený kapitál - Závislost na jednom člověku

Příležitosti - Rostoucí trend specialty kávy - Work-from-cafe kultura - Nedostatek kvalitních kaváren v oblasti

Hrozby - Ekonomická recese ’méně discretionary spending - Vstup velkého řetězce - Růst cen nájmů a energií

Strategie

Strategie k dosažení cílů.

3 Obchodní strategie

Produktová strategie

Nápojový lístek

Espresso-based (60 % tržeb) - Espresso / Doppio: 55 / 65 Kč - Cappuccino / Flat White: 75 / 85 Kč - Latte (různé příchutě): 85-95 Kč - Filtrovaná káva: 65 Kč

Alternativní přípravy (15 %) - V60, Chemex, Aeropress: 85-110 Kč - Cold brew: 75 Kč

Ostatní nápoje (15 %) - Čaje (premium): 55-75 Kč - Matcha latte: 95 Kč - Domácí limonády: 65 Kč

Food (10 %) - Domácí dezerty: 65-95 Kč - Snídaňové menu: 120-180 Kč - Sendviče: 95-120 Kč

Cenová strategie - Premium pricing (o 10-15 % nad průměrem) - Hodnota za peníze (kvalita odpovídá ceně) - Happy hour 15:00-16:00 (15 % sleva) - Věrnostní program: 10. káva zdarma

Marketingová strategie

Pre-launch (2 měsíce před) - Instagram profil s behind-the-scenes - Teaser kampaň - Sběr e-mailů (early access)

Launch - Opening party s lokálními influencery - První káva zdarma (s follow na IG) - PR v lokálních médiích

Ongoing - Instagram (3-5 postů/týden) - Google My Business optimalizace - Spolupráce s food blogery - Events: cupping sessions, latte art workshopy

Provozní strategie

Personál - Majitel: full-time (ranní + management) - 2× barista: full-time (směny) - 1× part-time: víkendy + špičky - 1× brigádník: úklid, pomocné práce

Dodavatelé - Káva: Candycane / Doubleshot (CZ) - Mléko: lokální farma - Dezerty: vlastní výroba + lokální cukrárna - Packaging: ekologický (Paper Story)

Akční kroky

Konkrétní kroky pro realizaci.

4 Implementační harmonogram

Fáze 1: Příprava (Únor–Duben)

Únor - [x] Finalizace business plánu - [ ] Konzultace s účetní (forma podnikání) - [ ] Založení s.r.o. - [ ] Průzkum prostor k pronájmu

Březen - [ ] Výběr a podpis nájemní smlouvy - [ ] Architektonický návrh interiéru - [ ] Žádost o bankovní úvěr / investora - [ ] Stavební povolení (pokud nutné)

Duben - [ ] Výběrové řízení na stavební firmu - [ ] Objednávka vybavení (kávovar: 8 týdnů) - [ ] Výběr a objednávka nábytku - [ ] Logo a brand identity

Fáze 2: Realizace (Květen–Červenec)

Květen - [ ] Zahájení stavebních prací - [ ] Instalace elektro, voda, odpady - [ ] Výběr a objednávka kávy - [ ] Nábor zaměstnanců (inzeráty)

Červen - [ ] Dokončení interiéru - [ ] Instalace vybavení - [ ] Pohovory s kandidáty - [ ] Tvorba menu a ceníku - [ ] Web a sociální sítě

Červenec - [ ] Kolaudace / hygiena / hasiči - [ ] Školení personálu - [ ] Soft opening (friends & family) - [ ] Ladění procesů - [ ] Foto interiéru pro marketing

Fáze 3: Otevření (Srpen)

Týden 1-2 - [ ] Grand opening event - [ ] PR kampaň - [ ] Monitoring a ladění - [ ] Sběr feedbacku

Měsíc 1-3 - [ ] Optimalizace menu (na základě prodejů) - [ ] Budování komunity - [ ] First review ’úpravy

Klíčové milníky

| Datum | Milník | |-------|--------| | 31.3. | Podepsaná nájemní smlouva | | 30.4. | Schválené financování | | 30.6. | Dokončený interiér | | 15.7. | Všechna povolení | | 1.8. | Grand opening |

Rizika

Identifikovaná rizika a opatření.

5 Rizika a krizové scénáře

Finanční rizika

Nedostatek kapitálu **Pravděpodobnost:** Střední **Dopad:** Kritický

Scénáře: - Banka zamítne úvěr - Vyšší náklady na rekonstrukci - Delší doba do bodu zvratu

Mitigace: - Rezerva 20 % v rozpočtu - Alternativní zdroje: investor, crowdfunding - Phased approach: základní vybavení ’upgrade později

Nízké tržby po otevření **Trigger:** Méně než 80 transakcí/den po 3 měsících

Akční plán: 1. Analýza příčin (produkt vs. marketing vs. lokace) 2. Agresivnější marketing 3. Úprava cenové politiky 4. Rozšíření nabídky (snídaně, eventy) 5. Snížení nákladů (personál, otevírací doba)

Provozní rizika

Odchod klíčového zaměstnance **Mitigace:** - Dokumentované procesy - Cross-training - Konkurenční mzdy + tipy - Příjemné pracovní prostředí

Výpadek vybavení (kávovar) **Mitigace:** - Servisní smlouva s rychlou odezvou - Záložní ruční mlýnek - Alternativní přípravy (V60, French press)

Tržní rizika

Vstup silného konkurenta **Reakce:** - Posílení komunity a loajality - Diferenciace (eventy, vlastní pražení) - NEKOMPETOVAT cenou

Ekonomická recese **Reakce:** - Menší porce za nižší cenu - Loyalty program - Takeaway fokus - Snížení fixních nákladů

Právní a regulatorní rizika

- [ ] Živnostenské oprávnění (hostinská činnost) - [ ] Hygienická stanice – souhlas - [ ] Hasiči – požární bezpečnost - [ ] BOZP školení - [ ] Pojištění odpovědnosti - [ ] OSA/Intergram (hudba) - [ ] EET / pokladna - [ ] GDPR (věrnostní program)

Shrnutí

Závěrečné shrnutí a harmonogram.

6 Finanční plán a KPIs

Počáteční investice

Jednorázové náklady

| Položka | Částka | |---|---| | Kauce + první nájem | 100 000 Kč | | Rekonstrukce prostoru | 600 000 Kč | | Kávovar (2-group) | 350 000 Kč | | Mlýnek (2×) | 80 000 Kč | | Ostatní vybavení (lednice, myčka) | 150 000 Kč | | Nábytek | 200 000 Kč | | POS systém + technika | 50 000 Kč | | Branding, web, marketing | 80 000 Kč | | Zásoby (1. měsíc) | 100 000 Kč | | Licence a povolení | 30 000 Kč | | Rezerva | 260 000 Kč | | **CELKEM** | **2 000 000 Kč** |

Zdroje financování

| Zdroj | Částka | |---|---| | Vlastní kapitál | 800 000 Kč | | Bankovní úvěr | 1 000 000 Kč | | Investor | 200 000 Kč |

Měsíční provozní náklady

| Položka | Částka | |---|---| | Nájem + energie | 55 000 Kč | | Mzdy (4 lidé) | 140 000 Kč | | Suroviny (káva, mléko, food) | 80 000 Kč | | Marketing | 10 000 Kč | | Ostatní (účetnictví, úklid) | 15 000 Kč | | Splátka úvěru | 20 000 Kč | | **CELKEM** | **320 000 Kč** |

Projekce tržeb

| Měsíc | Transakce/den | Avg. ticket | Měsíční tržby | |---|---|---|---| | 1-3 | 100 | 95 Kč | 285 000 Kč | | 4-6 | 130 | 100 Kč | 390 000 Kč | | 7-12 | 150 | 105 Kč | 473 000 Kč |

Bod zvratu: 107 transakcí/den × 100 Kč = 321 000 Kč

KPIs k sledování

| KPI | Target M1 | Target M6 | Target M12 | |---|---|---|---| | Transakce/den | 100 | 130 | 150 | | Average ticket | 90 Kč | 100 Kč | 105 Kč | | Food attach rate | 20 % | 30 % |

35 % | | Google rating | 4.0 | 4.3 | 4.5 | | IG followers | 500 | 1 500 | 3 000 | | Loyalty members | 100 | 350 | 600 |

Tento dokument je vzorový plán z Strateg-AI.com

Strateg-AI

AI facilitované strategické plánování