

# **Course : Entrepreneurship**

## **Lecture 8: The Business Planning Process**

Lecturer: Khriselle Anne G. Castillo

# Panimula

- Ang mahalaga ay ang PAGPAPLANO, hindi lang ang dokumento. Ang business plan ay “living document” na patuloy ina-update habang natututo ka mula sa merkado.
- Kadalasang hinahanap ng investors: executive summary, pitch deck (10–12 slides), at financials—pero di ito magagawa nang wasto kung walang malalim na pananaliksik.
- Mindset: planong naggagabay sa aksyon at disiplina, hindi perpektong papel.
- Quote idea: “Plans are useless, planning is indispensable.” — diin sa prosesong iterative.

# Mga Layunin sa Pag-aaral

- Maipaliwanag kung bakit mas mahalaga ang proseso ng business planning kaysa sa mismong dokumento.
- Mailarawan ang “Story Model” (tagline/tema) at kung paanong nag-uugnay ito sa kabuuang plano.
- Matukoy ang mahahalagang bahagi ng business plan (industry–customer–competitor, marketing, operations, team, risks, atbp.).
- Makagawa ng malinaw na buod at outline para sa sariling negosyo o ideya.
- Makapagtukoy ng mga kritikal na panganib at kaukulang contingency plans.

# Bakit Pagpaplano ang Pangunahing Halaga?

- Ang proseso ang pinanggagalingan ng pagkatuto: konsepto → pananaliksik → pakikipag-usap sa customers at eksperto.
- Mas nagiging tumpak ang pitch deck, summary, at financials kung dumaan sa masusing pag-aaral.
- Maraming matagumpay na kumpanya ang nagbago mula sa orihinal na plano; ang kakayahang mag-adjust ang susi.
- Ang business plan ay imbakan ng pagkatuto at kasaysayan ng paglago.

# Iterative at “Living Document”

- Ihandang sarili sa patuloy na rebisyon batay sa datos at feedback.
- Magtago ng mga bersyon para makita ang progreso at mga aral.
- Ang araw na tumigil ang pagkatuto ang simula ng pagbulusok ng negosyo—kaya patuloy na magtanong at mag-validate.
- Collaborative: mas nakaka-engganyo at malikhain kasama ang founding team.

# Simula ng Proseso: Vision at Maikling Buod

- Mula sa opportunity recognition, ibahagi ang ideya sa cofounders, pamilya, kaibigan, at mentors.
- Gumawa ng <5 pahinang buod ng kasalukuyang vision at humingi ng feedback sa gaps at tanong.
- Gamitin ang feedback para tukuyin ang mga seksyong uunahin at ang research na kailangan.
- Mag-iterate habang inuorganisa ang matibay na 'story' ng oportunidad.

# Story Model at Tagline

- Isang tema/tagline ang nag-uugnay sa lahat—ito ang buod ng esensya ng negosyo.
- Ilapat ang tagline sa lahat ng seksyon; tanggalin ang di-alinsunod sa tema upang manatiling konsiso.
- Gamitin ang tagline sa mga materyales (footer, website, cards) para sa brand consistency.
- Halimbawa: “Just do it.” (athletic excellence), “The ultimate driving machine.” (performance + engineering).

# Karaniwang Balangkas ng Business Plan

- Cover; Executive Summary; Table of Contents.
- Industry, Customer, & Competitor Analysis.
- Company & Product Description; Marketing Plan; Operations; Development Plan.
- Team; Critical Risks; Offering; Financial Plan; Appendices.

# Cover at Executive Summary

- Cover: pangalan ng kumpanya, tagline, contact, petsa, disclaimer, copy #—propesyonal at kaaya-ayang tingnan.
- Executive Summary: pinakaimportanteng bahagi—kailangang may ‘hook’ sa unang pangungusap/parapo.
- Ipahiwatig agad ang laki ng oportunidad + natatanging advantage ng kumpanya.
- Isulat ito PAGKATAPOS makumpleto ang ibang seksyon para maging eksakto at kapanipaniwala.

# Nilalaman ng Executive Summary

- Description of Opportunity at Business Concept.
- Industry Overview at Target Market.
- Competitive Advantage, Business Model at Economics.
- Team at Offering, Financial Snapshot (maikling highlights).

# Table of Contents & 'Spot Reading'

- Detalyadong ToC para madaling mag-navigate ang mambabasa (lalo na investors/VCs).
- Gamitin ang pamilyar na pagkakasunod para hindi ma-frustrate ang nagbabasa.
- Ipakita rin ang exhibits at appendices sa lohikal na lugar para di pabalik-balik.
- Layunin: mas madaling makita ang interesanteng bahagi sa ilang minuto.

# Industry Analysis

- Sukat at paglago ng merkado; estruktura (emerging, fragmented, consolidated).
- Economics: gross/net margins, supply–demand dynamics, 5G/IoT, sharing economy, atbp.
- Tukuyin ang trends (e.g., mobility, demographics) at epekto sa oportunidad.
- Ituon sa setting/context; iwasan munang isingit ang iyong produkto dito.

# Customer Analysis

- Tukoy na demograpiko/psikograpiko ng PTA (Primary Target Audience).
- Gumamit ng interviews, focus groups, at surveys; makinig, huwag agad magbenta.
- Iterate: ayusin ang features/UVP ayon sa tunay na 'pain' at willingness to pay.
- Resulta: mas akmang produkto at mas mataas na adoption/retention.

# Competitor Analysis

- Gumawa ng Competitive Profile Matrix laban sa direct/indirect competitors.
- I-rate ang key success factors (hal. presyo, kalidad, bilis, lokasyon, karanasan).
- Isama ang 'My Concept' upang malinawan ang strengths/weaknesses.
- Hintayin ang implications sa strategy at positioning.

# Company & Product Description

- Maikling pagpapakilala sa kumpanya; mga nagawa/milestones kung mayroon.
- Ilarawan ang produkto/serbisyo at malinaw na value proposition (mas mabuti, mas mabilis, mas mura).
- Puwedeng gumamit ng graphics upang ipakita kung saan nalilikha ang customer value.
- Tukuyin ang proprietary tech/patents/design/bundle na nagbibigay ng edge.

# Market Entry at Growth Strategy

- Mag-focus sa niche (PTA) upang epektibong magamit ang limitadong resources.
- Kapag validated, palawakin sa secondary at tertiary markets.
- Layunin: product–market fit → repeatable/scalable growth.
- Iugnay sa distribution at marketing upang konkreto ang go-to-market.

# Marketing Plan: Overview

- Target Market Strategy: rational ↔ emotional positioning.
- Product/Service Strategy: dahilan kung bakit lilipat at mananatili ang customers sa iyo.
- Pricing, Distribution, Marketing Communications, Sales Strategy, Forecasts.
- Siguruhing magkakaugnay ang lahat sa tagline/tema.

# Product Attribute Map

- Pumili ng 2 pinakaimportanteng attributes (x–y axes) para makita ang differentiation.
- Layunin: malinaw na paghiwalay mula sa kumpetisyon sa kanais-nais na katangian.
- Ginagabayan nito ang messaging, features, at channel focus.
- I-ugnay sa Competitive Profile Matrix para buo ang larawan.

# Pricing Strategy

- Batay sa perceived value at kompetisyon; iwasan ang 'cost-plus' bias sa bagong venture.
- Skim pricing muna upang masukat ang willingness to pay; mas madaling magbaba kaysa magtaas.
- Bantayan ang kakayahang mag-margins upang mapatunayan ang viability.
- Iwasan ang sobrang baba na presyong mahirap itaas at sumisira sa brand.

# Distribution Strategy

- Paano makarating ang produkto sa customer? Piliin ang tamang channel(s).
- Suriin ang access cost at feasibility (hal. shelf space vs. boutique entry).
- Distribution bilang competitive advantage (speed, reliability, control).
- Planuhin ang sequence: entry → scale habang tumitibay ang demand.

# Marketing Communications

- Mass vs. targeted advertising; PR at thought leadership; grassroots tactics.
- Planuhin ang iskedyul at badyet (e.g., print, direct, in-store, online placements).
- Layunin: demand generation bago pa ilunsad; iwasan ang maling mensahe na kontra-brand.
- Sukatin ang epekto at i-iterate ang channel mix.

# Sales Strategy

- Tukuyin ang istruktura: in-house vs. outsourced; dedikadong sales team vs. shared roles.
- Iplano ang headcount, saklaw ng teritoryo, at customer support.
- I-align ang comp plans sa growth objectives at unit economics.
- Maglatag ng CRM/processes para sa repeatable sales motion.

# Sales & Marketing Forecasts

- Dalawang paraan: Comparable Method at Build-up Method (triangulation).
- Comparable: batay sa kaparehong kumpanya, inaangkop ang differences.
- Build-up: average price  $\times$  foot traffic/conversion  $\times$  seasonality, atbp.
- Layunin: paliitin ang error upang maiwasan ang cash crunch.

# Operations Plan: Cash Conversion Cycle

- Bayad sa inputs → produksyon → benta → koleksiyon: bantayan ang cash gap.
- Mabilis lumago ≠ laging positibong cash; maraming kumpanya ang naubusan ng cash habang lumalago.
- Pagandahin ang cycle sa pamamagitan ng terms, inventory turns, at proseso.
- I-visualize ang flow para makita ang bottlenecks at working capital needs.

# Operations Strategy & Scope

- Ihambing sa cost, quality, timeliness, flexibility; iposisyon kung saan ka malakas.
- Outsource ang non-core; panatilihin ang core/proprietary sa loob.
- Tukuyin ang lokasyon, pasilidad, at vendor/partner network.
- Maghanda ng plano para sa kapasidad at scalability.

# Ongoing Operations

- Daily/weekly targets: units, throughput, required inputs.
- Performance parameters at dashboards para sa patuloy na pagpapabuti.
- Job roles at RACI (maaaring nasa internal ops manual, hindi sa investor plan).
- Objective: consistent quality at predictable delivery.

# Development Plan

- Ano ang natitirang gawain? Paano masusukat ang tagumpay ng development?
- Gantt timeline ng milestones; bantayan ang 'time is money'.
- IP strategy: patents/trademarks/copyrights kung angkop.
- Kilalanin ang risk ng delays at dagdag-gastos; maglatag ng mitigations.

# Team

- Mas gusto ng investors ang 'A-team' kahit 'B-idea' —execution ang susi.
- Ipakita ang roles, track record, at org chart; punan ang gaps sa advisors.
- Strategic partners at external members (law/accounting) na nagdadagdag kredibilidad.
- Tiyaking tugma ang karanasan sa pangangailangan ng stratehiya.

# Compensation at Ownership

- Ipakita ang table ng roles, kompensasyon (maaari ang deferral), at equity.
- Maglaan ng option pool para sa key hires at engineers.
- Ipakita ang commitment (e.g., mas mababang salary vs. previous) at growth path.
- Ilinaw ang governance (board/advisors) at expectations.

# Critical Risks at Contingencies

- Market interest/growth: paano kung hindi bumili ang merkado?
- Competitor retaliation: handa bang ibaba ang presyo o mag-reposition?
- Time/cost of development at Operating expenses: paano kokontrolin?
- Financing availability/timing: alternative sources at burn-rate controls.

# Offering at Financial Plan

- Sources & Uses: magkano ang kailangan at saan gagamitin (12–18 buwang runway).
- Huwag sobra o kulang: balansehin ang dilution vs. milestone risk.
- Pro forma financials (hiwalay na detalye): kita, gastos, cash flow, key ratios.
- Iugnay sa go-to-market milestones at hiring plan.

# Summary

- Ang business planning ay proseso ng pagkatuto—isang malinaw, magkakaugnay na kuwento.
- Ang ‘story model’ (tagline/tema) ang nag-uugnay sa analysis, strategy, at execution.
- Iterate gamit ang datos at feedback upang maiwasan ang mamahaling pagkakamali.
- Layunin: mas mataas na tsansang mag-launch, lumago, at makaakit ng stakeholders.

# Reflection Questions

- Anong datos ang mayroon ka na at anong tanong ang binubuksan nito? Sino ang kakausapin mo para makasagot?
- Sino-sino na ang nakabasa ng iyong vision? Anong bagong natutunan mo mula sa kanila?
- Ano ang iyong malinaw na tagline at 'hook' sa executive summary?
- Nakaugnay ba ang bawat seksyon ng iyong plano sa iisang kuwento?
- Alin ang 3 kritikal na assumptions na kailangan mong i-validate sa susunod na 30 araw?

# Huling Pagbubuod at Susunod na Hakbang

- Tapusin ang 5-pahinang expanded executive summary batay sa research na nagawa mo.
- Gumawa ng 10–12 slide na pitch deck na nakaangkla sa iyong tagline/tema.
- I-layout ang Competitive Profile Matrix, Product Attribute Map, at Cash Conversion Cycle diagram.
- Maglatag ng Gantt ng development at milestone-linked hiring/financing plan.
- Mag-iskedyul ng 5 customer interviews at 2 advisor reviews para sa iteration cycle.

# Textbook

Entrepreneurship, 6th Edition. Andrew Zacharakis, Andrew Corbett, and William Bygrave, Wiley, 2025.

# References

Entrepreneurship, 6th Edition. Andrew Zacharakis, Andrew Corbett, and William Bygrave, Wiley, 2025.

Resilient Entrepreneurship, Kitanovski, The Bold Business Co., 2025

Basics of Entrepreneurship, Kowalschek, Independently published, 2024

The Solo Startup, Brooke Bailey, Independently Published, 2024

Re-Understanding Entrepreneurship, Weiyang Zhang, Cambridge University Press, 2024

Barbering Brilliance: Barbering Entrepreneurship From Startup to Financial Success, Terrance Holmes, Independently published, 2024

Introduction to Entrepreneurship, Carpenter, Kwantlen Polytechnic University, 2021.