

# PLANIFICAREA UNUI BUSINESS



Photo by [Kelly Sikkema](#) on [Unsplash](#)

## Planificarea unui Business – De unde începem?



### Cerințe preliminare:

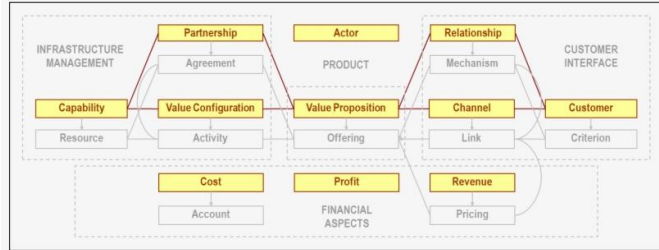
- Strategie de marketing
- Mediu de reglementare
- Cerințe de capitalizare
- Oportunități financiare
- Organizare
- Riscuri
- Competiții

# Planificarea unui business– Ce model să alegem?

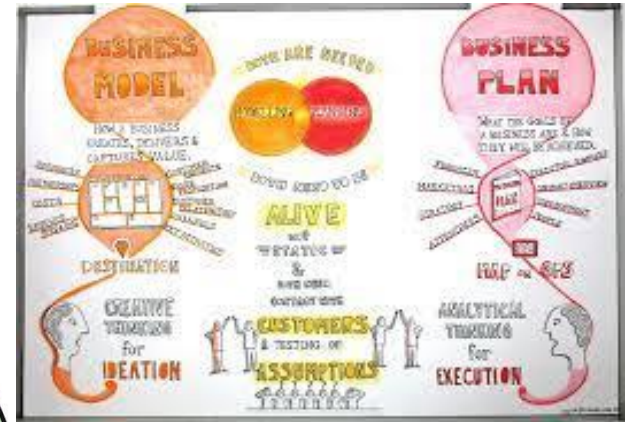
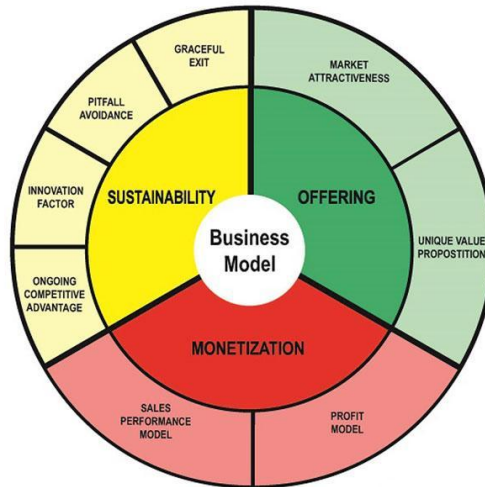
**How?**

**What?**

**Who?**

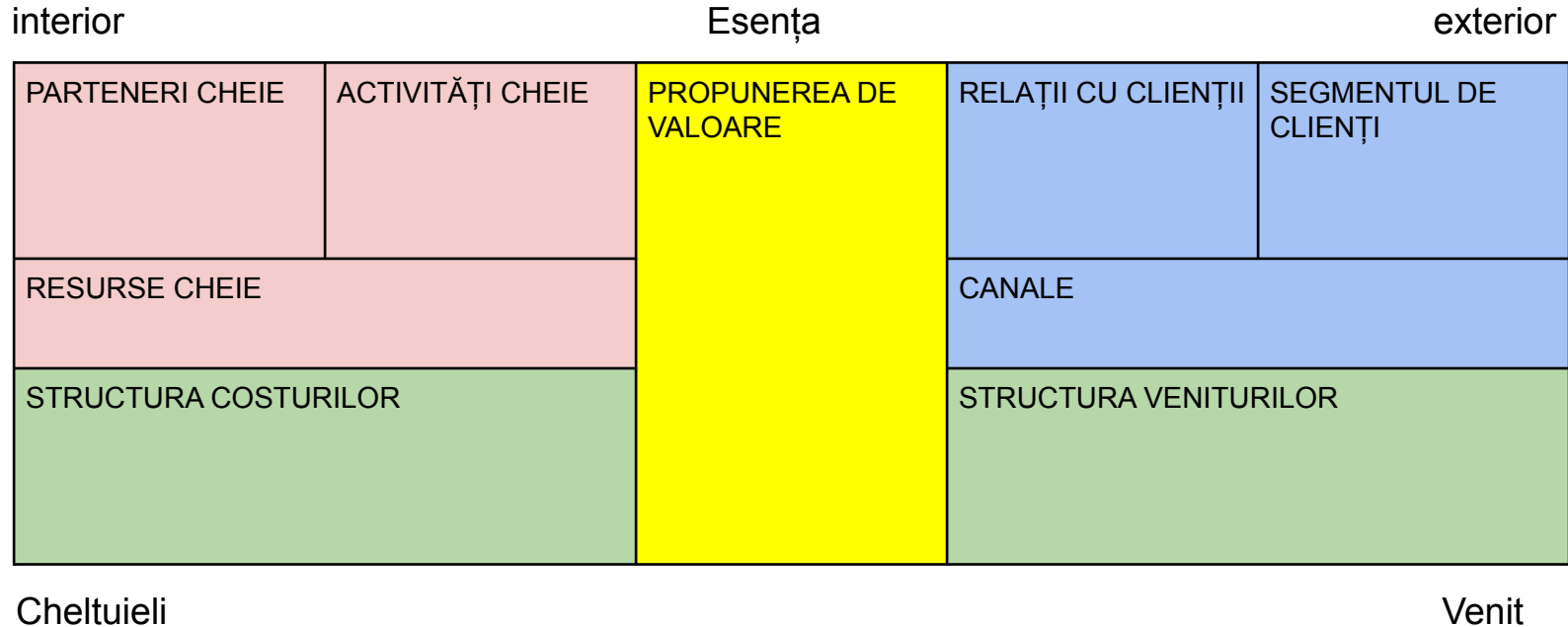


**How much?**



# Business Model CANVAS

- 2005 de [Alexander Osterwalder](#)

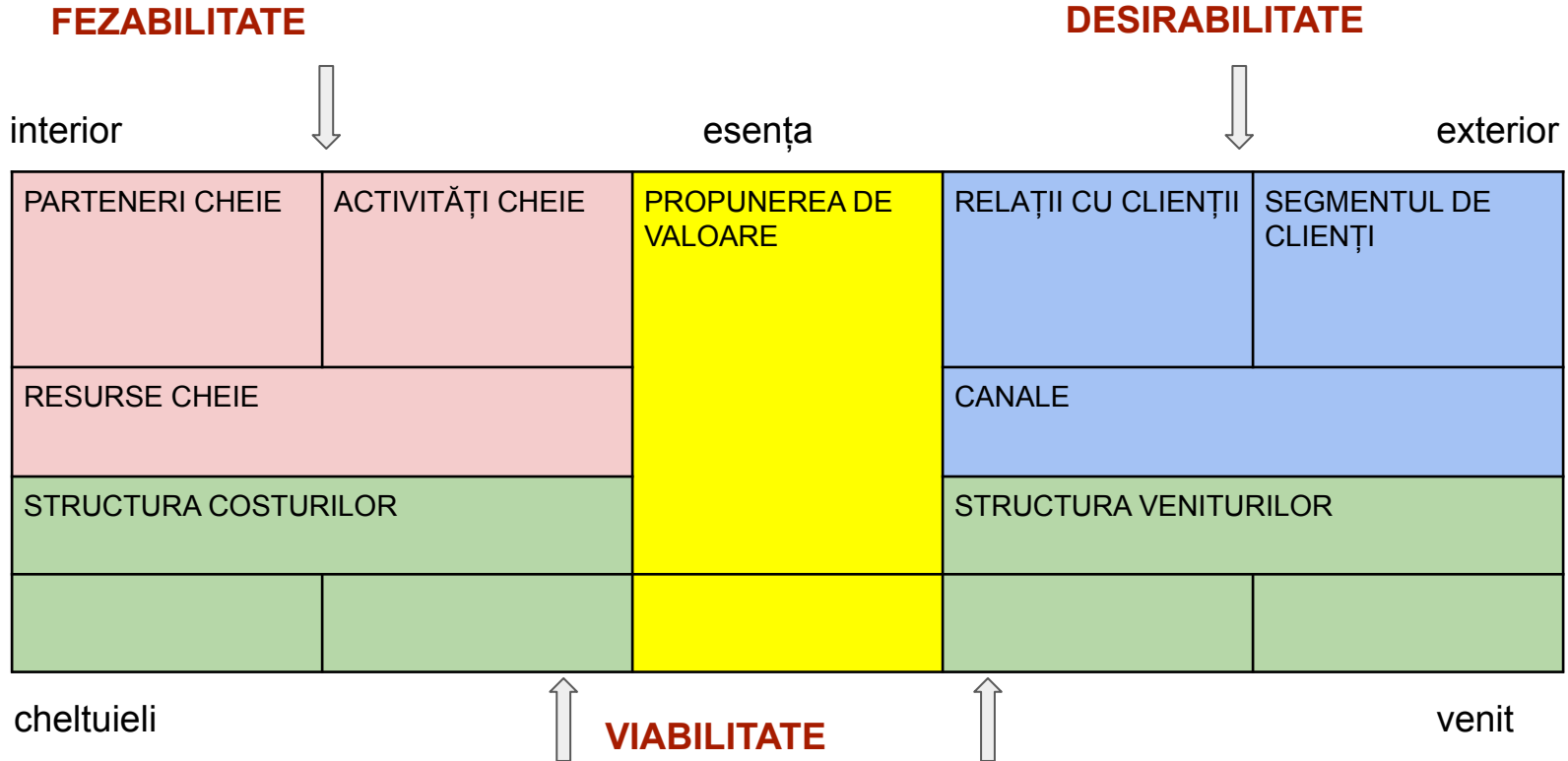


# Business Model CANVAS

- 2005 de Alexander Osterwalder



# Business Model CANVAS



# 1. Propunerea de valoare

- Care este problema/ nevoia pe care trebuie să o rezolvăm în societate/ pentru client?
- De ce ar vrea cineva să rezolve această problemă ?
- Ce cauzează problema?
- Ce lucru unic putem face ca să rezolvăm problema respectivă?
- Cum comunicăm despre acel lucru unic ?



**VIZIUNE ȘI MISIUNE**

## SEGMENTUL DE CLIEŢI - profilul clientului

- A cui problemă trebuie să o rezolvăm ?
- Cine ar aprecia valoarea voastră unică?
- Ce au în comun clienţii dvs ?
- Comportament, gândire, rutină;
- Sunt clienţii conştienţi de nevoile/ problemele cu care se confruntă ?



**SEGMENTUL DE CLIEŢI:** 1. Aspecte demografice  
2. Aspecte sociografice  
3. Aspecte psihologice



# SEGMENTUL DE CLIENȚI

## Activități:

1. Definiți profilul clienților dvs
2. Definiți segmentul dvs de piață (mai mulți clienți cu același profil formează un segment)
3. Definiți dimensiunea segmentului de piață
4. Detaliați segmentul de piață

## SEGMENTUL DE CLIENȚI- instrumente analiza de piață

### Chestionare pentru analiza de piață

#### Exemple de întrebări:

- În ce măsură ați recomanda acest produs unui prieten sau coleg ?
- Ce vă place cel mai mult la produs ?
- Ce anume vă place la produsele de acest gen de la alți competitori?
- Din ce motiv(e) ați ales acest produs?
- Din ce motiv(e) NU ați alege acest produs?
- Cât de des cumpărați acest produs?
- Ați avut experiențe negative cu vreun produs similar?

## RELAȚIILE CU CLIENȚII (interacțiunea cu clienții)

- Doriți o relație pe termen lung sau scurt ?
- Este nevoie de contact uman / tehnologie?
- Unde este focusul: clienți noi/loializare?
- Ce fel de relație așteaptă de la noi fiecare segment de clienți?
- Ce fel de relații am stabilit?
- Cât de costisitoare sunt?
- Cum sunt acestea integrate cu restul modelului ?

# CANALE

## DEZIRABILITATE

- Cum și unde comunicăm clienților despre produsele sau soluțiile noastre?
- Unde sunt clienții noștri ? Cum ajungem la ei ?
- Unde preferă clienții noștri să cumpere produsele?
- Cum preferă ei să cumpere produsele noastre? (card/cash; website/în magazine fizice)
- Prin ce canale doriți să ajungeți la sectorul de clienți??
- Cum sunt integrate aceste canale? Care dintre acestea este cel mai eficient?
- Care dintre acestea este cel mai eficient din punct de vedere al costurilor?
- Cum le integrăm în rutina clienților vizați?

## ACTIVITĂȚI CHEIE

- Ce faceți ca să vă îndepliniți promisiunea (viziunea)?
- Ce departamente sunt necesare pentru a realiza acest lucru?
- Ce activități cheie sunt necesare pentru propunerea de valoare?
- Care sunt canalele de distribuție?
- Cum vedem relațiile noastre cu clienții ?
- Care sunt principalele fluxuri de venit ?



**PROCESE ȘI ACTIVITĂȚI**

## RESURSE CHEIE

- Ce resurse cheie sunt necesare pentru a realiza activitățile business-ului (fixe/resurse umane)?
- Ce fel de activități cheie cere propunerea noastră de valoare?
- Care sunt canalele noastre de distribuție?
- Cum vedem relațiile cu clienții ?
- Care sunt principalele fluxuri de venit?

Exemple: resurse umane, tehnologie, echipamente, baza de date, locație, stocul de materiale, brand

## PARTENERI CHEIE

- Ce abilități considerați că sunt punctul dvs forte și care sunt mai puțin bune ?
- Cine vă va ajuta să oferiți propunerea dvs de valoare promisă (parteneri, colaboratori, etc)?
- Cine sunt partenerii cheie ?
- Cine sunt furnizorii cheie?
- Ce resurse cheie obțineți de la parteneri?
- Ce activități cheie oferă partenerii în numele dvs ?

# STRUCTURA COSTURILOR

- Care sunt cele mai importante costuri pentru modelul dvs de afacere ?
- Care resurse cheie sunt cele mai costisitoare?
- Care activități cheie sunt cele mai costisitoare?
- Costurile sunt fixe sau variabile?



## STRUCTURA VENITURILOR

- Prețul de vânzare pe segmentul de client;
  - Frecvența vânzării produsului;
  - Valoarea medie de venit per produs;
- 
- Pentru ce valoare sunt clienții noștri dispuși să plătească?
  - Cum preferă să plătească?
  - În ce procent contribuie fiecare flux de venituri la totalul de venituri generale?

# Un plan de business vă va ajuta ?

- să demonstrați că afacerea dvs este serioasă
- să stabiliți evenimentele importante ale afacerii
- să vă cunoașteți mai bine clienții și competitorii
- să evaluați mai bine dacă afacerea este fezabilă
- să documentați modelul de venit
- să determinați nevoile financiare și să atrageți investitori
- să reduceți riscul unei posibile oportunități greșite
- să vă forțeze să faceți o cercetare de piață ca să o cunoașteți mai bine
- să vă poziționați brandul
- să evaluați succesul afacerii dvs
- Să documentați planul dvs de marketing
- și să descoperiți noi oportunități.