

10 LUCRURI

PE CARE AR TREBUI SA LE STII ATUNCI CAND VREI
SA INCEPI O AFACERE



Cuprins

Introducere.....	1
1. Ai profil de antreprenor sau de angajat?	2
2. Esti pregatit sa te lansezi in afaceri?	3
3. Care sunt avantajele si dezavantajele antreprenoriatului?	4
4. De unde poti gasi idei de afaceri?	6
5. Cum stii daca ideea ta de afacere este profitabila?	8
6. Cum iti finantezi afacerea?	10
7. Poti initia o afacere daca nu ai foarte multi bani?	12
8. Ai nevoie neaparat de un plan de afacere?	14
9. Cum incepi efectiv?	17
10. Cum iti promovezi afacerea?	22
Incheiere	26

Introducere

Rolul acestui ghid este acela de a-ti oferi raspunsurile la cateva dintre cele mai frecvente intrebari pe care si le pun antreprenorii aflati la inceput de drum.

Tocmai pentru ca optiunea antreprenoriatului implica multe riscuri si necunoscute, am creat acest ghid din dorinta de te insoti in crearea si dezvoltarea afacerii tale.

Credem in dezvoltarea planificata si in succesul bazat pe valoare, munca si implicare si de aceea cream continuu continut de calitate si ne propunem sa devenim principala sursa de informare si instruire cu privire la planificarea afacerilor de succes.

Echipa PlandeAfacere.ro

1. Ai profil de antreprenor sau de angajat?

Inceperea propriei afaceri poate fi o experienta extrem de provocatoare si de profitabila. Iti poate oferi multiple avantaje: sansa de a fi propriul tau sef, de a-ti face singur programul si de a castiga bani facand ceva ce iti face placere. Dar, asumarea rolului de antreprenor necesita extrem de multa munca, planificare si creativitate.

Inainte de a pleca la drum, evalueaza daca ai acele caracteristici, competente si abilitati asociate frecvent cu antreprenorii de succes:

- **Ai o fire independenta.** In virtutea pozitiei pe care o au, antreprenorii sunt fortati sa ia extrem de multe decizii singuri. Daca ai incredere in instinctul tau si in capacitatea ta de a lua decizii si daca nu iti este teama de a fi respins sau dezaprobat din cand in cand, esti pe drumul cel bun: ai potential de antreprenor.
- **Iti asumi riscuri.** Sa fii propriul tau sef include uneori luarea unor decizii dificile, tocmai pentru ca antreprenoriatul implica multa incertitudine. Cum te comporti tu in viata de zi cu zi? Ai face orice ca sa nu iti asumi riscuri si sa eviti situatiile incerte? In cazul acesta antreprenoriatul s-ar putea sa nu ti se potriveasca. Daca insa iti place sa incerci lucruri noi si sa iti asumi riscuri (calculate), citeste in continuare pentru ca esti pe drumul cel bun pentru a deveni antreprenor.
- **Esti convingator.** S-ar putea ca ideea ta sa fie unica si geniala, dar daca nu poti sa-i convingi pe ceilalti de asta, fie ei clienti, angajati, parteneri sau potentiali investitori, nu vei ajunge niciodata sa o transformi intr-o afacere de succes. Daca iti place sa vorbești in public, daca poti intra in vorba cu alti oameni si crea usor legaturi si daca esti capabil sa sustii o discutie aducand argumente bazate pe fapte si pe experienta ta, sansele tale de a-ti transforma ideea intr-un succes cresc.
- **Stii sa negociezi.** In calitate de mic intreprinzator vei fi pus foarte frecvent in pozitia de a negocia: de la obtinerea unui credit la o banca la stabilirea termenilor unui contract, iar abilitatile tale de negociere vor fi determinante in obtinerea celor mai bune rezultate.
- **Esti creativ.** Vii mereu cu idei noi? Gasesti solutii inovative pentru a rezolva problemele? Vezi oportunitati acolo unde altii vad doar stiri intr-un ziar? Pentru un antreprenor creativitatea este o caracteristica esentiala pentru a putea mereu exploata oportunitatile din jurul lui si a castiga un avantaj competitiv.
- **Ai un sistem de suport.** Inainte de a te lansa in afaceri este extrem de important sa ai in jurul tau persoane care sa te sustina in acest demers. In special in primele luni de afacere, vei fi pus in situatia de a petrece extrem de mult timp lucrând si neglijând astfel

alte aspecte ale vietii tale, de aceea este important ca cei apropiati tie sa te sustina si sa te inteleaga. In plus, vei avea de luat multe decizii importante si este de preferat sa ai in jurul tau persoane carora sa le poti cere parerea. Pentru asta, este recomandabil sa iti gasesti un mentor: o persoana pe care o respecti, care are experienta si care este dispusa sa te ajute; poate fi un alt antreprenor, un prieten manager intr-o companie sau profesorul tau de economie din facultate, important este sa ai relatie bazata pe respect si incredere.

2. Esti pregatit sa te lansezi in afaceri?

De multe ori cand ne hotaram sa incepem o afacere ne concentram mai mult pe ceea ce e in piata, decat pe ce se afla in noi, dar in realitate personalitatea si succesul unei afaceri este determinata de caracterul si personalitatea intreprinzatorului.

Inainte de a porni la drum, incearca sa raspunzi la intrebarile de mai jos. Iti vor fi extrem de utile in alegerea drumului pe care ti-l doresti.

1. Care sunt **valorile** tale? Ce te pasioneaza? Ce tip de activitate te face cel/cea mai fericit(a)?
2. Care sunt **punctele tale tari**? Ce stii sa faci cel mai bine si iti face placere sa faci?
3. Care este **stilul tau comportamental**? Cum te comporti in situatii de stres?
4. Care sunt **interesele** tale? **Hobbyurile** tale? Ce faci in timpul tau liber?
5. Ce **talent** ai? Ce anume te diferentiaza pe tine de ceilalti?
6. Care sunt **abilitatile/competentele** tale?
7. In ce tip de afacere ti-ar placea sa te implici? Fa o mini-cercetare de piata care sa te ajute sa iti cunosti optiunile. Stai de vorba cu oameni de afaceri si vezi ce anume fac si cum fac.
8. Ce **idei** ai in acest moment? (Citeste ce ai scris de la punctul 1 la punctul 7 si vezi daca iti vine vreo idee. Nu te stresa si nu pune presiune pe tine, nu e obligatoriu sa ai raspunsul imediat, important este sa incepi procesul de cautare).
9. Ce **asteptari** ai de la afacerea ta? Vrei doar sa iti completezi veniturile sau ca aceasta sa fie unica ta sursa de venituri? Care este tinta ta financiara?
10. Ideea ta de afaceri iti poate asigura **veniturile** pe care ti le doresti? Afacerea pe care vrei sa o dezvolti iti va oferi stilul de viata pe care ti-l doresti?

Rolul acestor intrebari este acela de a te ajuta sa-ti clarifici ce anume vrei sa faci si mai ales ce tip de afacere ti se potriveste, asa ca acorda-ti timp sa gasesti raspunsuri la ele.

3. Care sunt avantajele si dezavantajele antreprenoriatului?

Inainte de a lua calea antreprenoriatului, este important sa stii care sunt avantajele si dezavantajele unei astfel de alegeri.

Printre **avantajele** de a fi antreprenor se numara:

1. **Independenta.** Intreprinzatorul ia toate deciziile fundamentale privind propria afacere si o indreapta pe drumul stabilit de el. Pentru unele persoane, libertatea conferita de activitatea de intreprinzator este mai degraba o necesitate decat un lux. Acesti oameni pun mare pret pe controlul propriului destin, pe libertatea de decizie si de actiune.
2. **Cunoasterea mai buna a capacitatilor si limitelor proprii.** Multitudinea problemelor la care intreprinzatorul este obligat sa gaseasca solutii duce la o mai buna auto-evaluare. In plus, pentru dezvoltarea afacerii si pentru a depasi concurenta, intreprinzatorul este obligat sa invete in fiecare zi ceva nou.
3. **Sansa unui castig ridicat.** Intreprinzatorul de succes castiga mai mult decat ar putea castiga in calitate de angajati intr-o alta organizatie. Acest supliment de venituri este considerat, de regula, o recompensa pentru riscul asumat si eforturile suplimentare depuse pe parcursul derularii afacerii.
4. **Siguranta locului de munca.** Intreprinzatorul isi creeaza propriul sau loc de munca, a carui durata depinde numai de propria sa abilitate de a mentine afacerea in viata. Nu exista riscul concedierii si nici cel al pensionarii fortate.
5. **Posibilitatea de a-si ajuta familia.** Intreprinzatorul poate asigura locuri de munca membrilor familiei sau de a realiza diferite lucrari sau servicii in conditii avantajoase si in folosul familiei. In cazul angajarii membrilor familiei, etica mediului intern a organizatiei poate cunoaste o imbunatatire semnificativa. Afacerile pot fi continuate de unii membri ai familiei.
6. **Libertatea de a decide singur modul de utilizare a resurselor acumulate.** Resursele acumulate pot fi investite in afacerile altora, pot fi depuse la banci sau investite in propria afacere. Aceasta din urma varianta constituie alegerea intreprinzatorului.
7. **Obtinerea recunoasterii publice.** Posibilitatea de a sprijini comunitatea ii ofera intreprinzatorului ii ofera recunoastere in mediul sau de activitate. Acest sprijin se

concretizeaza in oferirea, prin intermediul pietei, de produse sau servicii utile comunitatii, precum si in diferite initiative filantropice.

8. **Putere si influenta in cadrul organizatiei.** Salariatii firmei trebuie sa respecte indicatiile intreprinzatorului, ceea ce ofera acestuia satisfactii de ordin psihologic, situatia fiind asemanatoarea celei din armata sau din domeniul politic. In plus, intreprinzatorul are posibilitatea de a selecta intreaga echipa de colaboratori, functie de abilitatile si nivelul sau de instruire, ceea ce va facilita organizarea si controlul afacerii.
9. **Diminuarea muncii monotone.** Intreprinzatorul desfasoara, prin natura demersului sau economic, o varietate de activitati. In plus, are puterea de a transfera angajatilor realizarea unor asemenea activitati.

Antreprenoriatul nu are doar avantaje: libertatea si independenta intreprinzatorului sunt dublate de o serie de riscuri si **dezavantaje**, printre care enumeram:

1. **Riscul de a nu obtine veniturile asteptate.** Evolutia oricarei firme este fluctuanta, inducand variatii importante ale veniturilor. Acest lucru implica, firesc, variatii ale profitului si, deseori, ale salariilor. In plus, intreprinzatorul acorda prioritate, de regula, altor obligatii financiare in defavoarea venitului imediat.
2. **Riscul pierderii capitalului investit.** Sunt foarte frecvente situatiile in care, atunci cand afacerea da faliment, intreprinzatorul pierde resursele investite si inregistreaza o deteriorare a reputatiei.
3. **Responsabilitatea foarte mare asumata.** Intreprinzatorul isi asuma singur eventualul esec al afacerii. El este responsabil de gestiunea resurselor investite. Deciziile pe care le ia el au efect asupra salariatilor, clientilor, familiei si comunitatii. In acest context, este esentiala puterea de a lua decizii dificile in momente importante pentru afacere, mentinandu-si o atitudine pozitiva chiar si in momentele defavorabile, de criza si, in plus, dezvoltarea capacitatii de a invata din greseli (care trebuie considerate oportunitati prin se poate invata cum se poate actiona mai eficient si nu doar simple obstacole in calea reusitei).
4. **Consum foarte mare de resurse personale.** Conducerea unei afaceri – si, mai ales, a unei afaceri incipiente – impune un program de lucru foarte incarcat, iar odata cu succesul si dezvoltarea afacerii exista o tendinta de crestere a efortului care trebuie depus de intreprinzator. In acelasi timp, recompensa – sub forma profitului – se poate lasa asteptata un timp indelungat.

5. **Riscul neglijarii familiei.** Consumul foarte ridicat de resurse (timp, bani) pe care il impune conducerea unei afaceri duce, frecvent, la tensiuni in cadrul familiei. De multe ori, intreprinzatorii sunt luati pe nepregatite de aparitia acestor situatii, care le afecteaza performantele si ii poate chiar decide sa abandoneze o afacere ale carei roade intarzie sa apara.
6. **Deteriorarea sanatatii.** Unul din cele mai importante riscuri pentru un intreprinzator este reprezentat de deteriorarea propriei sanatasi, ca efect al efortului foarte mare depus sau al lipsei de satisfactii; cele mai dificile situatii necesita tratamente psihologice de specialitate.
7. **Dependenta de experti externi in probleme cheie.** Pentru realizarea activitatilor variate si complexe ale firmei, intreprinzatorul trebuie sa apeleze la experti (juristi, contabili, consultanti marketing etc.), ale caror activitati si decizii nu le poate controla.
8. **„Frustrarea parentala” in cazul dezvoltarii puternice a firmei.** In cazul unei afaceri care creste foarte mult, apare in mod obiectiv necesitatea delegarii unor responsabilitati salariatilor, ceea ce diminueaza controlul intreprinzatorul asupra activitatilor propriei firme.
9. **Aparitia unor conflicte de ordin etic.** Intreprinzatorul este confruntat deseori cu tentatia de a incalca unele norme etice pentru a inregistra succese cu afacerea sa. Alteori, poate aparea sentimentul ca o anumita situatie dificila poate fi depasita numai daca sunt ocolite niste norme etice.
10. **Pierderea fostului loc de munca.** Atunci cand intreprinzatorul renunta la un loc de munca si initiaza o afacere apare, in cazul insuccesului acesteia, riscul imposibilitatii de re-angajare in vechiul loc de munca sau, chiar, de incadrare intr-o organizatie condusa de altcineva.

4. De unde poti gasi idei de afaceri?

Ca intreprinzator trebuie sa fii permanent atent la noi idei de afaceri. Printre cele mai frecvente surse de inspiratie se numara:

1. Experienta anterioara de munca

Avantaje:

Marea majoritate a afacerilor noi sunt infiintate de persoane cu experienta in acelasi domeniu de activitate, in care au lucrat in calitate de angajati, deoarece intreprinzatorul cunoaste foarte bine produsul vandut, procesul de obtinere a lui, furnizorii si piata produsului (clientii, concurenta), cunoaste organizarea interna necesara si functionarea firmei dupa aceasta

structura interna. In ansamblu, aceasta experienta anterioara iti faciliteaza foarte mult orientarea in mediul de activitate firmei tale.

Dezavantaje:

Experienta in acelasi tip de activitate transforma deseori afacerea intr-un simplu loc de munca: intreprinzatorul este tentat sa considere ca realizarea activitatilor tehnice importante (asa cum le cunoaste deja din experienta) sunt cel mai important lucru pentru intreaga afacere. In acest fel, el ignora cu usurinta activitatea de planificare strategica, dar si celelalte activitati strict necesare oricarei afaceri dar pe care el nu le-a realizat pana acum: marketing, contabilitate. In plus, deseori este depasit de multitudinea activitatilor pe care trebuie sa le desfasoare, ajungand sa negligeze si activitatile de personal sau cele de management.

2. Hobby-uri sau experienta personala

Avantaje:

Deseori, intreprinzatorul este tentat sa transforme o activitate pe care o desfasoara cu pasiune, un hobby, intr-o afacere. In cazul in care afacerea esueaza, intreprinzatorul ramane cel putin cu satisfactia realizarii unei activitati care il pasioneaza – bineinteles, cu conditia sa nu fi investit foarte mult in afacere.

Dezavantaje:

O astfel de activitate poate fi desfasurata cu rezultate multumitoare de un numar foarte mic de oameni, de obicei numai de intreprinzatorul pasionat. Unul din cele mai mari pericole este subiectivismul inevitabil al intreprinzatorului in privinta reactiei pietei la produsele pe care le realizeaza: daca intreprinzatorul pune atata pasiune in realizarea produsului sau, este obligatoriu ca si piata sa aiba o atitudine foarte favorabila. Mai mult decat atat, o firma presupune desfasurarea unei game largi de activitati care nu au nici o legatura directa cu hobby-ul intreprinzatorului (de obicei contabilitate, dar si management, marketing etc.). Astfel de activitati consuma foarte mult timp, pentru ca intreprinzatorul nu are de regula experienta in realizarea lor si nici in delegarea lor catre un specialist.

Pentru contracararea acestor situatii negative, intreprinzatorul trebuie sa studieze intai cu mare atentie piata, inainte de a investi intr-o afacere. In plus, el trebuie sa aiba in vedere si situatia creata ca rezultat al dezvoltarii activitatii sale (activitati noi care trebuie realizate, informatii si resurse suplimentare necesare).

3. Interactiuni sociale

O sursa permanenta de informatii o constituie relatiile de serviciu, cu clientii, distribuitorii, partenerii de afaceri, concurentii, prietenii, rudele, cunostintele. In acelasi timp, intreprinzatorul obisnuieste sa priveasca mediul social-economic ca o sursa de oportunitati pe care le poate valorifica prin intermediul afacerii sale. Una dintre cele mai importante activitati ale unui om de afaceri este networkingul. Modul in care isi creeaza diferite legaturi si cum le exploateaza ulterior sunt definitorii pentru succesul afacerii sale.

4. Cautari sistematice

Cel mai frecvent, ideile de afaceri apar intamplator. Chiar daca o cautare sistematica este o cale pe care cei mai multi intreprinzatori o ignora, identificarea unor noi idei de afaceri depinde intr-o masura importanta de perseverenta intreprinzatorului.

Cautarea sistematica presupune consultarea cartilor si a altor publicatii de specialitate, utilizarea unor metode tip brainstorming cu implicarea prietenilor, membrilor familiei, accesarea unor baze de date cu patente si inventii. In acest domeniu, Internet-ul a devenit una din cele mai accesibile surse de informatii.

5. Constatari personale

Uneori, observarea directa a unei nevoi de zi cu zi, poate deveni o sursa de inspiratie pentru un produs sau serviciu de succes. Lui King C. Gillete, de exemplu, i-a venit ideea aparatului de barbierit cu senzori barbierindu-se. Avantajul acestei situatii este ca tu iti gandesti produsul/serviciul din perspectiva nevoii resimtite de tine, punandu-te in locul unui potential client. Tot prin constatari personale se pot observa si nevoile altor persoane, indiferent daca sunt sau nu constiente de acest lucru.

5. Cum stii daca ideea ta de afacere este profitabila?

Poate una dintre cele mai mari provocari in afaceri este sa alegi ideea potrivita in care sa investesti. Un antreprenor inventiv si informat cu privire la tendintele pietei poate avea cateva zeci de idei de afaceri. Insa, din pacate, resursele financiare sunt limitate iar un antreprenor poate alege de cele mai multe ori doar o idee de afacere pe care sa o puna in practica.

Alegerea nu este usoara, mai ales atunci cand exista mai multe idei atractive de business. Iata in continuare o lista cu sapte intrebari al caror raspuns te poate ajuta sa departajezi ideile de afaceri.

1. Intentionezi sa creezi o piata noua?

Lansarea unui produs nou pe piata fara a intrea mai intai clientii ce parere au despre acesta, este ca si cum te-ai arunca dintr-un avion fara parasuta. Multi antreprenori se entuziasmeaza la o idee de afaceri si sunt siguri ca oamenii se vor grabi sa cumpere noile produse sau servicii. Totusi, de multe ori acest lucru nu se intampla in realitate, iar banii investiti nu mai pot fi recuperati. De aceea, daca intentionezi sa introduci un produs sau un serviciu complet nou, trebuie sa testezi mai intai reactia clientilor potentiali. In considerare parerile cumparatorilor si ajusteaza oferta astfel incat sa fie atractiva pentru cumparatori. Pentru mai multe detalii cu privire la evaluarea si testarea ideilor de afaceri, iti recomandam sa citesti si articolul [Procesul de evaluare](#).

2. Ideea de afaceri se bazeaza pe o anumita tendinta?

Daca ai o idee de afaceri care satisface o preferinta temporara a clientilor, trebuie sa iti faci riguros calculele pentru a recupera investitia si pentru a obtine profit inainte de disparitia trendului pe care te bazezi. Este bine sa verifici daca afacerea ta se poate implementa la nivel local sau national astfel incat sa atingi nivelul minim de vanzari necesar.

3. Oferta ta este intradevar unica?

Multi antreprenori vor sa creada ca produsele si serviciile lor se diferentiaza clar de cele ale concurentei. Acest lucru nu este de ajuns. Trebuie sa le poti spune si clientilor de ce oferta ta este mai buna decat a concurentilor si care sunt avantajele pe care le obtin daca vor cumpara produsele tale.

4. Care este frecventa cu care clientii cumpara produsele?

Frecventa achizitionarii produselor este importanta pentru ca influenteaza direct nivelul vanzarilor. Daca te gandesti sa lansezi pe piata un produs de uz general (alimente de baza, produse de igiena), atunci trebuie sa iti convingi clientii ca merita sa cumpere produsul tau si a doua oara (cel putin). Daca dimpotriva, doresti sa introduci un produs de lux (parfumuri, bijuterii) atunci este nevoie sa atragi mereu clienti noi. Clientii actuali vor achizitiona aceste produse cu o frecventa mai scazuta fata de cele de uz general. Desigur, marja de profit pentru un produs de lux este mult mai mare decat pentru unul de uz general insa acest lucru nu iti garanteaza profitul.

Iti recomandam ca inainte de a lansa un produs sau serviciu, sa calculezi care este frecventa cu care un client trebuie sa achizitioneze produsele tale pentru a obtine profit. Daca ai

indoieli cu privire la atingerea acestui obiectiv, este mai bine sa renunti la idee sau o adaptezi cerintelor pietei.

5. Cati concurenti ai?

In primul rand trebuie sa tii cont de faptul ca pentru orice produs exista cel putin un competitor. Nu te uita doar la produsele similare cu ale tale, ci ia in considerare toate produsele care satisfac aceleasi nevoi ale clientilor. De exemplu, unul dintre cei mai mari competitori ai producatorilor de camere foto sunt firmele de telefoane mobile. In cazul in care constati ca sunt prea multi jucatori pe piata sau ca acestia poseda avantaje pe care nu le poti egala, este bine sa iei in considerare o alta idee de afacere. Un instrument util in acest sens este template-ul [Matricea de analiza comparativa a concurentilor](#).

6. Ai un pret competitiv?

Pretul corect pentru un produs sau serviciu este unul dintre elementele esentiale pentru o afacere. In mod ideal, pretul ar trebui sa satisfaca cel putin trei conditii: sa fie similar cu cel al competitorilor directi, sa fie atractiv pentru clienti si sa aduca profit.

7. Care este nivelul de dificultate in crearea produsului sau serviciului?

Inainte de a lansa un produs nou sau serviciu, trebuie sa evaluezi cat de complex este procesul de productie si daca este posibil sa atragi toate resursele necesare: echipamente, angajati specializati, locatia pentru investitie. De regula, cu cat procesul de productie este mai sofisticat, cu atat este mai scump si mai riscant. In acelasi timp, acest aspect iti poate oferi un avantaj competitiv important.

6. Cum iti finantezi afacerea?

Una dintre cele mai spinoase probleme pentru orice antreprenor este cea a banilor. Cand te hotarasti sa incepi o afacere trebuie sa stii cat mai exact de cati bani ai nevoie si de unde ii poti obtine.

Printre sursele potentiale de fonduri pentru finantarea unei afaceri se numara:

- fondurile proprii si fondurile imprumutate de la familie si prieteni;
- creditele bancare;
- finantarile din programe speciale;
- creditele de la furnizori si clienti;

- fondurile de capital de risc;
- leasingul;
- creditele pe efecte de comert (factoringul si scontarea).

1. Fondurile proprii si cele imprumutate de la persoane apropiate

Acestea reprezinta cel mai frecvent punct de plecare in cazul afacerilor mici si noi. Institutiile financiare sunt mai putin deschise – in special in perioade de instabilitate economica – firmelor aflate la inceput decat celor cu o “istorie” deja bine conturata. Aceasta decizie se bazeaza pe ratele mari de “mortalitate”? inregistrate de afacerile noi.

Fondurile proprii ofera **avantajul** unei sigurante mai mari – nu vor fi retrase in cazul deteriorarii situatiei financiare, ca in cazul unui credit bancar. Nu este necesara expunerea detaliata a planului de afaceri in fata unor parteneri externi, si nici aprobarea acestora pentru luarea deciziilor importante.

Dezavantajele finantarii din surse proprii sunt si ele importante:

- fondurile proprii sunt in general destul de limitate si pot frana dezvoltarea afacerii;
- in caz de nereusita, pierderea va fi suportata in intregime de intreprinzator (sau de apropiatii sai);
- firma va fi putin cunoscuta de institutiile financiare si va putea mai greu mobiliza fonduri in situatii speciale.

Data fiind conjunctura economica care a caracterizat evolutia economiei romanesti in perioada de tranzitie, majoritatea intreprinzatorilor nu au avut rezerve suficiente si nici nu au avut intotdeauna posibilitatea sau curajul de a apela la credite bancare. Aproape fara exceptie, prietenii si cunoscutii au reprezentat una din cele mai importante surse de capital initial de imprumut pentru exemplele de afaceri prezentate in cadrul acestui curs.

2. Creditul bancar

Creditul bancar reprezinta o sursa principala de fonduri, in special pentru firmele mici si mijlocii. In cazul Romaniei, accesul la credit al firmelor noi sau de mici dimensiuni este mai dificil.

Avantajele creditului bancar:

- obtinerea de fonduri suplimentare, peste cele proprii;
- stabilirea unei relatii cu o institutie financiara cunoscuta, accesul mai usor la alte servicii furnizate de catre banca;
- obtinerea unui credit poate functiona ca un semnal ce atesta viabilitatea afacerii in fata altor investitori potentiali;
- in cazul anumitor forme de credit exista un grad de flexibilitate in ceea ce priveste sumele angajate, datele la care se angajeaza sumele respective, dobanzile si termenele de rambursare;
- necesitatea de a convinge banca de viabilitatea afacerii sau simpla completare a unei cereri de creditare poate “forta” intreprinzatorul sa isi analizeze in mod obiectiv afacerea, sa obtina o imagine clara a situatiei sale financiare si un tablou al punctelor slabe, punctelor tari, oportunitatilor si amenintarilor care caracterizeaza situatia firmei.

Dezavantajele creditului bancar:

- reticenta bancilor in ceea ce priveste finantarea noilor firme, banca avand nevoie de siguranta ca va primi inapoi banii acordati drept credit, in timp ce firmele nou-infiintate nu ofera aceasta garantie, din diferite motive (nu au istoric, nu au experienta, nu au foarte multe elemente care sa faca din aceste firme elemente stabile in cadrul economiei);
- riscul de a pierde garantiile depuse sau chiar riscul de faliment in cazul nerestituirii creditului;
- implicarea unui factor “extern” in managementul firmei, aparitia unor restrictii;
- expunerea la riscuri noi – de exemplu riscul ratei dobanzii;
- riscul intreruperii creditarii in cazul unor evenimente nefavorabile pentru firma.

Mai multe informatii privind creditele active pentru IMM-uri gasiti pe www.finantare.ro/credite.

7. Poti initia o afacere daca nu ai foarte multi bani?

Majoritatea celor care doresc sa isi infiinteze o afacere nu dispun de foarte multi bani, asa incat una dintre primele intrebari care poate aparea este: Cum pot sa incep o afacere daca nu am bani sau daca am foarte putini bani? Spre surprinderea multora, banii nu sunt cel mai important aspect intr-o afacere, atunci cand exista dorinta, inspiratie si un pic de intelepciune de business.

Cele mai importante doua strategii pentru a incepe o afacere fara prea multi bani sunt:

- In primul rand amana acele etape considerate ca fiind normale in lansarea unei afaceri cum ar fi: angajarea de personal, inchirierea unui birou sau un spatiu comercial, pana dupa momentul in care vezi ca afacerea ta a inceput sa produca bani.
- In al doilea rand, incearca, cel putin in prima etapa, sa faci tu cat mai multe dintre activitatile firmei. Daca tu nu esti dispus sa-ti investesti toate resursele in ideea ta de afaceri va fi foarte dificil sa ii faci si pe altii sa se implice.

Din aceeasi categorie, exista o multitudine de modalitati prin care poti porni la drum cu costuri minime:

Elimina cheltuielile inutile

1. **Nu inchiria un birou, ci lucreaza de acasa!** Daca nu iti place sa lucrezi de acasa, nu e nici o problema: exista o multitudine de cafenele in care poti sa iti muti biroul. Daca trebuie sa te intalnesti cu clienti si doresti alta locatie decat un restaurant sau o cafenea, exista multe cladiri de birouri care inchiriaza sali pentru intalniri pentru cateva ore. Inainte de a decide sa iti inchiriezi un spatiu comercial, mergi la cateva targuri de profil pentru a vedea daca produsele tale au succes si care sunt parerile cumparatorilor.
2. **Nu fa angajari!** Incearca sa te ocupi tu de toate aspectele firmei pana incepe afacerea sa aduca si bani.
3. Daca ai nevoie de **consultanta juridica**, nu angaja un avocat ci incearca sa obtii sfaturi gratuite de pe diferite portaluri care dau consultanta online cum ar fi: <http://www.sfaturi-juridice.ro>.
4. Invata sa iti faci **contabilitatea** singur. Poti sa faci un curs de contabilitate pentru antreprenori si la fel ca in cazul consultantei juridice sa accesezi website-uri care ofera sfaturi de contabilitate gratuite cum este: <http://www.clubcontabilitate.ro>. Pentru inceput poti folosi template-uri in Excel in care sa iti pastrezi evidentele contabile.

Marketing

1. Acum nu este momentul sa angajezi un designer care sa iti faca logoul afacerii. Utilizeaza un site gratuit unde sa iti creezi un logo care sa apara pe toate materialele firmei, cum ar fi: <http://www.logomaker.com/>.
2. Fa-ti un set de 200 de carti de vizita pe care sa le distribui celor cu care te intalnesti.
3. Posteaza anunturi pe diferite portaluri de afaceri.

4. Posteaza inregistrari video pe Youtube, Google video cu link catre site-ul tau.
5. Invata sa folosesti Google Adwords si investeste 10 Euro pentru a vedea daca iti aduce 10 Euro.
6. Indexeaza-ti site-ul in diferite directoare.
7. Trimite un email tuturor celor din lista de prieteni prin care ii anunti ca iti vei deschide afacerea si roaga-i sa trimita la randul lor prietenilor lor care ar putea fi interesati.

Promoveaza-ti afacerea online

1. Testeaza-ti ideea de afaceri prin intermediul unui blog: vei avea astfel posibilitatea sa primesti feed-back din partea potentialilor tai clienti.
2. Ia un domeniu gratuit pe platformele wordpress sau blogspot. In acest caz, domeniul nu va fi al tau si va avea un format de tipul afacereata.wordpress.com.
3. Cumpara-ti un domeniu .ro care sa aiba legatura cu afacerea ta. Poti sa verifici disponibilitatea pe <http://www.rotld.ro>.
4. Utilizeaza o tema de design gratuita de tipul worpress, care este relativ usor de utilizat si de catre persoane care nu stiu programare. Gasesti teme pe <http://wordpress.org/extend/themes/>.

Investeste continuu in educatia ta antreprenoriala

1. Acceseaza periodic site-uri adresate antreprenorilor cum ar fi www.intreprinzatori.ro si <http://www.wall-street.ro/articol/Start-Up/index.html>.
2. Citeste carti de business. [Aici](#) gasesti foarte multe carti utile pentru dezvoltarea ta.
3. Creeaza relatii cu alti antreprenori si fa schimb de materiale si informatii.
4. Urmareste prelegeri si speech-uri ale unor antreprenori de succes pentru a invata din experienta lor. O sursa de astfel de materiale este www.ted.com.
5. Fa-ti un obicei din a citi blogurile unor guru in materie de antreprenoriat si marketing cum ar fi David Askaripour, Seth Godin, Holly Hoffman, Guy Kawasaki, Radu Georgescu, Marius Ghenea, Radu Tudorache.

8. Ai nevoie neaparat de un plan de afacere?

Cand aud de plan de afacere majoritatea antreprenorilor si managerilor au imaginea unui document complicat si stufos pentru realizarea caruia trebuie sa piarda timp pretios pe care ar putea sa il investeasca in actiuni generatoare de rezultate.

E un mit care priveaza multe companii de o dezvoltare planificata, pentru ca antreprenorii pierd din vedere ca rolul principal al acestui document nu este de a-i impresiona pe altii ci de a-i ajuta pe ei sa isi planifice si sa isi administreze afacerea mai bine, sa faca mai usor fata schimbarilor si sa aiba o imagine de ansamblu mai buna asupra progresului realizat.

Indiferent cat de mica este afacerea ta, ai nevoie de o strategie si de un plan de afaceri pentru a o dezvolta.

De ce ai nevoie de un plan de afacere?

Pentru ca planul de afacere este ca o harta care ofera antreprenorului directia generala in care se indreapta si reperatele care ii confirma sau infirma ca se afla pe drumul cel bun. Daca ti s-a intamplat vreodata sa pleci la drum fara harta si sa pierzi timp si bani cautand destinatia unde trebuie sa ajungi, incearca sa extrapolezi asta la nivel de costuri pentru afacerea ta, in cazul in care nu iti planifici si organizezi activitatile.

Planificarea afacerii este o activitate mai simpla decat pare:

In primul rand, **stabileste o strategie.**

Defineste exact ce faci, pentru cine faci si cum faci. Adapteaza-ti oferta de produse sau servicii in functie de punctele tari si punctele slabe, oportunitatile si amenintarile specifice, in functie de ce stii sa faci cel mai bine si de ce asteptari au potentialii tai clienti. Concentreaza-te pe o piata tinta clar delimitata si pe livrarea unui produs specific, clar definit.

Nu trebuie sa faci pentru asta un document stufos si frumos formatat, decat daca urmeaza sa il prezinti unor potentiali investitori.

In orice alta situatie, asigura-te ca inregistrezi in scris punctele cheie ale afacerii pentru ca se vor dovedi utile mai tarziu. Acestea trebuie notate pentru ca una dintre cele mai mari tentatii in afaceri este sa incepi sa te diversifici si sa incerci sa le faci pe toate pierzand din vedere obiectivele stabilite si lucrurile cu adevarat importante.

Nu pleca de la premisa ca tot ce ai stabilit intial va ramane batut in cuie. Unul dintre paradoxurile strategiilor este ca, pe de o parte o strategie trebuie sa fie aplicata consecvent pe parcursului unei perioade lungi de timp pentru a da rezultate, iar pe de alta parte, mentinerea unei strategii care nu produce rezultatele scontate face mai mult rau afacerii

decat bine. Astfel ca, este la fel de important sa ai o strategie, pe cat este sa fii flexibil si sa iti adaptezi actiunile in functie de schimbarile pietei.

Apoi, **creeaza un plan de actiune.**

Planul de actiune reprezinta masurile **concrete** si **specifice** care duc la atingerea obiectivelor stabilite in strategie. Din nou, cel mai important aspect aici nu tine de modul de prezentare al documentului ci de simplul fapt ca le-ai creat si ca te tii de respectarea lor:

1. **Stabileste un program de revizuire periodica a planului.** Stabileste o intalnire periodica cu cei implicati direct in activitatea de planificare (saptamanal, lunar) pentru a revizui planul, rezultatele obtinute, problemele aparute si pentru a stabili masurile si actiunile necesare ulterior. In cadrul acestor intalniri se va evalua daca actiunile stabilite anterior produc rezultatele scontate si daca trebuie facute schimbari sau imbunatatiri in plan.
2. **Fa o lista cu ipoteze initiale.** Crearea unei liste cu ipotezele de la care s-a plecat este esentiala pentru ca unul dintre primele lucruri care ar trebui facut in cadrul intalnirilor prezentate la punctul anterior este acela de a trece in revista aceste ipoteze si a vedea daca au intervenit schimbari majore. Modificarea acestor ipoteze este un semnal ca trebuie modificate si alte aspecte din planul stabilit initial. De multe ori aceste ipoteze se bazeaza pe instinctul antreprenorului, pe parerile celor din companie sau pe informatii venite din exterior si neverificate in practica, astfel ca ele se testeaza si se valideaza doar in cadrul pietei.
3. **Stabileste niste repere.** Acestea sunt date specifice, termene limita si responsabilitati cunoscute de toti cei implicati in proces. Fa o lista pentru fiecare activitate importanta care sa contina: numele persoanei responsabile, termenele limita si costurile aferente, iar in cazul activitatilor generatoare de venituri ar trebui sa incluzi si o estimare a veniturilor. Pe baza acestor repere vei determina daca rezultatele estimate au fost obtinute sau nu.
4. **Include cifre concrete.** Nu vei putea pune in aplicare planul si nici nu vei putea avea o evidenta clara a progresului realizat daca nu lucrezi cu cifre concrete. Acestea pot fi [previziuni ale vanzarilor](#), [cash-flow](#), costuri de productie, diverse cheltuieli, profit estimat, etc. Toate acestea sunt documente de planificare si nu de contabilitate de aceea trebuie folosite sabloane cat mai simple si usor de utilizat si pentru cei fara studii in domeniu. Pe langa aspectele contabile, trebuie incluse si alte unitati de masura

concrete pe baza carora sa se faca evaluarea atingerii rezultatelor, in functie de specificul afacerii: numar de unitati vandute, numar de propuneri de colaborare primite, numar de click-uri, numar de vizitatori unici, numar de emailuri trimise, etc. la fel aceste cifre estimate vor fi comparate cu ele obtinute in realitate la diferite intervale de timp prestabilite.

Toate acestea trebuie scrise nu pentru a-i impresiona pe altii, ci pentru a-ti oferi o directia si a pastra o evidenta cat mai buna a evolutiei afacerii.

O data parcursi pasii de mai sus, treci la aplicarea planului.

Acum ca ai deja un plan facut, utilizeaza-l ca un instrument de management menit sa te ajute sa iti dezvolti afacerea. Asigura-te ca respecti programul de revizuire periodica a planului si ca iti adaptezi toate activitatile in functie de rezultatele obtinute.

9. Cum incepi efectiv?

Daca dupa tot ce ai citit mai sus, ai hotarat ca esti pregatit sa te lansezi in afaceri, ai gasit ideea de afacere si ai si capitalul initial, iata care sunt urmatoarele etape de parcurs:

1. Alege numele afacerii – creaza-ti un nume nou sau revalueaza-l pe cel pe care il ai deja. Se potriveste perfect cu profilul afacerii? Este usor de scris, de pronuntat si de retinut? Poate fi branduit pe parcursul timpului? Poate fi utilizat in denumirea website-ului? Atunci cand incepi procesul cautarii unui nume pentru compania ta trebuie sa ai in minte intrebarea: *Doresc sa se integreze sau sa iasa in evidenta?*

O data ce ai stabilit numele companiei, nu uita sa inregistrezi marca la OSIM pentru a o proteja.

2. Stabileste viziunea afacerii – cum va arata afacerea ta peste 5 ani?

Intr-un fel, stabilirea viziunii pentru afacere inseamna sa pui pe hartie visele si sperantele tale in legatura cu evolutia afacerii. In felul acesta, viziunea devine inspiratia principala si cadrul general pentru planificarea strategica. Fara o viziune strategica pe termen lung, planificarea

efectiva a activitatilor ar fi imposibila, pentru ca aceasta ofera destinatia finala, si fara a sti incotro vrei sa te indrepti este imposibil sa stabilesti pasii princare sa ajungi acolo.

Exemple de Viziune ale unor companii din Romania:

ROMTELECOM

Romtelecom este compania furnizoare de servicii care stabileste standardele in Romania, depasind asteptarile clientilor, angajatilor si actionarilor, in domeniul furnizarii de solutii de comunicatii, divertisment si tehnologia informatiei de cea mai buna calitate.

HENKEL

Un lider global in marci si tehnologii.

SAMSUNG

Inspira lumea, creeaza viitorul.

TVR

TVR isi doreste sa devina televiziunea de referinta a romanilor, un spatiu viu de dezbatere publica, deschis si accesibil tuturor opiniilor si orientarilor din societate.

3. Stabileste misiunea afacerii – stabilirea misiunii trebuie sa raspunda la urmatoarele intrebari: **Ce? Cum? Pentru cine? De ce?** Misiunea trebuie sa transmita ce este afacerea, ce activitati sunt realizate, care sunt clientii si ce anume o face unica in raport cu competitia.

Exemple de Misiune ale unor companii din Romania:

GOOGLE

Misiunea companiei Google este sa organizeze informatiile lumii si sa asigure accesibilitatea si utilitatea universala a acestora.

ANTIBIOTICE IASI

Facem medicamentele valoroase mai accesibile ca mijloc de ingrijire a sanatatii pentru pacienti, medici si farmacisti. Ne punem intotdeauna forta in slujba celor care au nevoie de sprijinul nostru. **SCANDIA FOOD**

Misiunea noastra este sa continuam traditia de a oferi mancare gustoasa si hranitoare. Ne dorim sa fim alaturi de consumatorii nostri zi de zi, prin produse inovatoare care sa le aduca echilibrul necesar stilului de viata dinamic.

4. Stabileste scopurile si obiectivele afacerii – in acesta etapa trebuie sa definesti clar ce doresti sa obtii prin intermediul afacerii. De obicei obiectivele fac referire la: performanta financiara, pozitionarea pe piata si cota de piata, dezvoltarea tehnologica, etc. Cand stabilesti obiectivele trebuie sa te asiguri ca respecta acronimul **SMART** – sa fie specifice, masurabile, accesibile, relevante si incadrate in timp.

Stabileste obiective specifice pentru fiecare produs/linie de produse si serviciu in parte.

Exemple de Scop si Obiective ale unor companii din Romania:

POLISANO:

OBIECTIVELE noastre sunt:

- Mentinerea si consolidarea pozitiei in topul primelor companii de distributie farmaceutica din Romania.
- Dezvoltarea si extinderea companiei pe noi segmente de piata si diversificarea portofoliului de produse.
- Incurajarea dezvoltarii personale si profesionale a angajatilor si partenerilor.

CARPATAIR

Scopul nostru este acela de a asigura mentinerea locului de lider al companiei Carpatair pe o piata extrem de competitiva, printr-o permanenta constientizare a principiilor si metodelor privind calitatea si siguranta in cadrul companiei.

Principalul obiectiv al companiei noastre este acela de a imbunatati si de a ridica in mod constant standardele de calitate si siguranta in conformitate cu cerintele obligatorii ale Uniunii Europene si ale reglementarilor IATA.

Pentru a ne atinge obiectivele propuse, consideram urmatoarele actiuni ca fiind indispensabile:

- Angajarea fata de pasageri prin focalizarea asupra nevoilor si asteptarilor acestora.
- Imbunatatirea eficacitatii si eficientei Companiei prin optimizarea organizarii interne si prin eliminarea problemelor de ordin managerial sau operational.
- Grija constanta fata de sanatatea si siguranta angajatilor, precum si implicarea si motivarea acestora pentru a fi constienti de importanta realizarii obiectivelor companiei.
- Monitorizarea continua, analiza datelor si a procesele de evaluare trebuie sa conduca la descoperirea sferelor ce necesita imbunatatire; totodata, luarea de pozitie pentru corectarea acestora.
- Imbunatatirea performantei si eficientei sistemului nostru de calitate prin monitorizarea rezultatelor obtinute si a obiectivelor stabilite si asigurarea ca, in cazul in care exista discrepante intre rezultate si obiective, sunt luate toate masurile necesare.

- Instruirea și perfecționarea periodică a angajaților noștri cu privire la principiile și metodele de calitate, în scopul de a ne asigura că vor lua întotdeauna măsurile corecte și preventive.

5. Fa analiza SWOT (Puncte tari, puncte slabe, oportunități, amenințări) – prin analizarea acestor caracteristici ale afacerii vei obține o imagine cât mai clară asupra stadiului curent al companiei și vei ști care sunt etapele de parcurs pentru a asigura performanța afacerii. În plus, analiza ajută la cunoașterea și înțelegerea contextului larg în care funcționează compania. Realizarea acestei analize și exploatarea rezultatelor obținute în urma ei pot face diferența între succesul și eșecul afacerii.

Punctele tari și punctele slabe sunt elemente din interiorul companiei asupra cărora ai un control direct, în timp ce oportunitățile și amenințările vin din mediul exterior și te pot influența pozitiv sau negativ, în funcție de cât de dinamică este compania și de cât de prevăzător/inspirat ești atunci când luți deciziile.

Exemple de întrebări la care ar trebui să răspunda **Analiza SWOT**:

S- Puncte tari	W- Puncte slabe
La ce suntem cei mai buni? Ce aptitudini specifice are forța de muncă? Ce resurse unice detinem? De ce resurse financiare dispunem? Ce tehnologii folosim? Care este gradul de optimizare al proceselor interne?	La ce suntem cei mai slabi? Ce fel de instruire le lipsește angajaților noștri? Care este nivelul de atașament al angajaților noștri? Care e poziția noastră financiară?
O – Oportunități	T - Amenințări
Ce schimbări ale mediului extern putem exploata? La ce tehnologii noi am putea avea acces? Ce piețe noi ni s-ar putea deschide? Cum s-a modificat comportamentul de consum al potențialilor clienți?	Ce ar putea face concurența în detrimentul nostru? Ce legislație nouă ne-ar putea lovi interesele? Ce schimbări sociale ar putea fi o amenințare pentru noi? Cum ne va afecta ciclicitatea economică (avant-declin)?

Rolul analizei SWOT este acela de a te ajuta să:

- Iti consolidezi punctele tari;
- Îmbunătățești acele aspecte care reprezintă puncte slabe;
- Exploatezi oportunitățile din mediu;

- Eviti amenintarile care iti pot pune in pericol profitul sau afacerea.

6. Incepe sa faci o planificare strategica a afacerii - acesta este cel mai important pas, deoarece fara listarea actiunilor efective, toate elementele prezentate mai sus raman fara valoare. Aici trebuie incluse strategia de marketing si cea de vanzari.

7. Fa-ti planificarea financiara a afacerii – o afacere poate functiona fara bugetare, dar este recomandabil sa se lucreze pe baza unei planificari financiare clare, pentru a putea atinge obiectivele propuse, a lua decizii in cunostinta de cauza si a avea un control mai bun asupra fluxurilor de numerar.

Fluxurile de numerar ar trebui sa includa:

- Incasari din vanzari
- Plati catre furnizori
- Achizitiile de mijloace fixe
- Plati catre bugetul de stat
- Rambursarea ratelor pentru imprumuturi bancare
- Plata dobanzilor bancare

Pentru realizarea acestor calcule utilizeaza template-ul [Fluxul de numerar.](#)

Evidenta fluxurilor de numerar este foarte importanta, mai ales in cazul start-up-urilor, pentru ca cel putin in prima perioada exista un decalaj intre plati si incasari.

Pentru analiza globala a aspectelor financiare utilizeaza template-ul [Indicatori de performanta.](#)

8. Creeaza un sistem de monitorizare si evaluare – o data ti-ai stabilit obiectivele, pentru a te asigura ca le vei atinge, imparte-le in activitati mai mici care sa poata fi usor monitorizate si evaluate. Un plan care nu poate fi monitorizat si evaluat este o cale sigura spre esec. Pe parcursul monitorizarii si evaluarii vei vedea unde lucrrurile au fost planificate si executate corect si unde mai este nevoie de un reglaj pentru a atinge obiectivele propuse.

Chiar daca unele obiective tii se vor parea pe parcurs imposibile, nu renunta usor, ci retine ca realizarea lucrurilor importante cere timp si munca!

10. Cum iti promovezi afacerea?

Pentru ca o afacere nu poate supravietui fara clienti, si pentru a-i convinge pe acestia trebuie sa comunici cu ei, iata care sunt cele mai importante 10 activitati de marketing pe care ar trebui sa le faci in primele 3 luni de activitate ale firmei:

1. Creeaza-ti o identitate vizuala atractiva

Creeaza un nume nou sau reevalueaza-l pe cel pe care il ai deja. Asigura-te ca se potriveste perfect cu profilul afacerii, ca este usor de scris, de pronuntat si de retinut si ca poate fi branduit pe parcursul timpului. Daca nu doresti sau nu iti permiti sa angajezi un designer care sa iti faca logoul afacerii, poti utiliza un website gratuit unde sa iti creezi un logo care sa apara pe toate materialele firmei, cum ar fi: <http://www.logomaker.com/>.

2. Creeaza un website care sa aiba un design atractiv si sa fie usor de utilizat

Poate parea un sfat pueril, pentru ca in zilele astea toata lumea are un website, dar ai fi surprins daca ai afla cat de multi antreprenori ignora acest sfat si considera ca nu au nevoie de un website. Daca te numeri printre ei, cred ca nu mai e cazul sa citesti urmatoarele activitati din lista de mai jos.

Este important sa retii ca ai intre 3 si 10 secunde pentru a iti convinge potentialii clienti care iti acceseaza website-ul sa ramana si sa achizitioneze produsele/serviciile tale. Prima impresie se creeaza de pe prima pagina, asa ca trebuie sa te asiguri ca aceasta contine destul de multe informatii despre ce este sau ce face produsul tau, care ii sunt beneficiile si avantajele si destul de putine incat sa nu il oboseasca si sa il determine pe vizitator sa doreasca sa afle mai multe.

Esti sigur ca vrei sa ii pui sa asculte muzica data tare sau sa ii apara cateva pop-up-uri care sa ii blocheze vederea catre prima pagina?

3. Creaza-ti un blog, posteaza continut de calitate si promoveaza-l

Daca website-ul este ca o brosură de prezentare pentru produsul sau serviciul tau, atunci blogul este platforma prin care tu iti faci cunoscute viziunea, ideile, personalitatea companiei si prin care distributi continut de calitate pentru clientii tai. Blogul reprezinta o forma de personalizare a companiei creand o apropiere intre client si oamenii din spatele produsului/serviciului.

4. Investeste timp in optimizarea website-ului tau sau angajeaza pe cineva care sa faca asta

SEO (Search Engine Optimization) nu va avea un impact imediat asupra afacerii tale, dar iti va oferi avantaje considerabile pe termen lung.

Desi suna foarte complicat, nu e. Principiile de baza sunt calitatea designului si continutului si interactivitatea. Asigura-te ca materialele publicate pe website sunt utile si relevante pentru vizitatorii tai, pentru ca motoarele de cautare evalueaza calitatea unui website dupa numarul de vizitatori, dupa timpul petrecut pe website-ul tau si dupa numarul de pagini pe care le-au accesat acestia.

De asemenea, ofera utilizatorilor posibilitatea de a lasa comentarii pe website si de a publica linkuri catre website-ul tau pe retele de socializare si pe blogurile/website-urile lor.

5. Implica-te in social media

Prin implicare nu ne referim la: fa un cont pe un canal de socializare si posteaza zilnic ofertele tale. Desi este o practica uzitata, efectele nu sunt cele scontate.

Sfatul nostru in ceea ce priveste social media este: fa un cont, asculta/citeste, invata si dupa aceea posteaza. Canalele de social media iti ofera o sansa nesperata de a fi aproape de clientii tai si de a le intelege nevoile si asteptarile. Majoritatea companiilor la inceput de drum utilizeaza social media doar pentru a-si comunica unidirectional ofertele de produse/servicii, cand de fapt cele mai importante activitati sunt acelea de a asculta si a invata cat mai multe despre grupul tinta si de abia dupa aceea de a posta.

6. Instaleaza-ti un program de web analytics si monitorizeaza-l

Instalarea si monitorizarea unui program de web analytics este una dintre cele mai utile activitati pentru o afacere aflata la inceput pentru ca astfel poti vedea in timp real: cati vizitatori ai pe website, cati dintre acestia au intrat pentru prima data si cati au revenit, cate pagini au vizitat, ce pagini au citit, cat au stat pe pagina respectiva si multe altele.

Aceste informatii iti ofera o imagine asupra comportamentului utilizatorilor website-ului tau si asupra celor mai atractive produse/pagini din website. Un instrument util de acest tip este [Google Analytics](#).

7. Transforma-ti primii clienti in promotori ai afacerii

Toti cei care s-au lansat in afaceri stiu cat de important este sistemul de relatii pe care il ai in aceasta perioada, poate si pentru ca de multe ori primii clienti sunt prietenii si cunostintele tale si primii investitori sunt membrii familiei.

De aceea asigura-te ca cei care vor achizitiona produsele/serviciile tale iti vor oferi feedback, vor primi servicii si produse de o calitate exceptionala, vor fi implicati activ intr-o forma sau alta in crearea sau modelarea produsului tau. O data ce au achizitionat produsul/serviciul chestioneaza-l cu privire la calitatea acestuia, calitatea livrarii si comunicarii pe parcursul procesului de vanzare. Incearca sa afli cat mai multe informatii pe care sa le utilizezi ulterior pentru modificare/dezvoltarea produsului/serviciului oferit.

Idealul pentru o afacere nu este sa aiba clienti, ci sa aiba fani. Acestia din urma se transforma in promotori ai afacerii si vor genera mai multi clienti decat orice alta forma de promovare. Poti utiliza feed-back-ul acestora ca testimoniale pe website-ul tau sau poti folosi imaginea lor in campaniile de promovare ulterioare.

8. Trimite un newsletter lunar, daca este posibil

Este recomandat sa trimiti un astfel de newsletter pentru a iti tine la curent clientii, potentialii clienti, colaboratorii cu noile oferte si cu evolutia firmei in general.

Daca consideri ca exista vre-un motiv pentru care nu ar trebui sa trimiti o informare de calitate unor persoane care au un interes fata de afacerea ta, nu trimite un astfel de newsletter!

9. Incepe sa cauti distribuitori pentru produsul/serviciul tau

Acesta este un lucru mai usor de spus decat de facut, pentru ca exista sanse foarte mari sa intri pe o piata pe care exista deja o concurenta care utilizeaza aceleasi canale de distributie pe care le vizezi si tu.

In plus, incheierea unor parteneriate de acest tip necesita un timp destul de mare de negociere pentru stabilirea tuturor conditiilor de colaborare, astfel ca este posibil ca parteneriatul in sine sa nu se concretizeze pe parcursul primelor trei luni.

In schimb efortul implicat in gasirea si negocierea unor contracte de distributie iti va asigura accesul la un numar mult mai mare de clienti.

10. Organizeaza-te si pune in aplicare activitatile de marketing pentru primele 3 luni

In special in cazul afacerilor aflate la inceput persoana care se va ocupa de activitatile de marketing trebuie sa fie extrem de eficienta si organizata, pentru a putea pune in aplicare toate activitatile de marketing enumerate anterior incadrandu-se intr-un buget limitat si intr-o perioada de timp clar stabilita.

Incheiere

Speram ca ai gasit in acest scurt ghid informatii utile care sa te aduca mai aproape de afacerea visurilor tale.

Pentru mai multe informatii cu privire la scrierea planului de afacere, marketingul afacerii si dezvoltarea ta personala ca antreprenor te invitam sa accesezi periodic www.plandeaafacere.ro.

Pentru a ne oferi parerea ta cu privire la acest ghid sau la alte materiale publicate pe site, precum si pentru propuneri de articole sau alte colaborari te rugam sa ne scrii la adresa contact@plandeaafacere.ro.

Parerea ta conteaza, si este foarte importanta pentru noi, pentru a ne ajuta sa cream materiale si articole cat mai practice si mai utile.

Va dorim mult succes si inspiratie!

Echipa Plandeaafacere.ro