



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NAȚIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

## GHID DE REDACTARE A

### PLANULUI DE AFACERI

### PENTRU O NOUA AFACERE ELECTRONICĂ

(e-business)

Planul de afaceri se referă în special la un e-business. Constă dintr-un text și din diferite tabele economice. Textul constituie corpul principal al planului de afaceri. Include peste 150 de întrebări și este împărțit în mai multe capitole. Aceste capitole pot fi prelucrate în ordinea în care doriți, cu excepția *Rezumatului Executiv* care trebuie redactat la sfârșit. Puteți trece peste unele întrebări care nu se referă la tipul dumneavoastră de afacere. Când terminați primul proiect al Planului de afaceri va trebui să faceți unele verificări pentru anumite subiecte ale acestuia. După aceea va trebui să-l prelucrați astfel încât să rezulte varianta finală, sub forma unui text continuu și coerent.

Valoarea reală a redactării unui plan de afaceri nu este aceea de a avea în mână un produs „de-a gata”. Valoarea lui este asigurată de procesul de cercetare și de studiere într-un mod sistematic a afacerii dumneavoastră. Redactarea Planului de afaceri vă ajută să gândiți lucrurile temeinic, să studiați și să faceți cercetări dacă nu sunteți siguri asupra datelor reale și de asemenea să priviți ideile dvs. cu un ochi critic. Acest proces vă poate lua mult timp dar vă va scuti de greșeli pe care mai târziu le-ați putea plăti scump sau care pot fi chiar catastrofale.

Planul de afaceri este un model general, adecvat pentru toate tipurile de afaceri. Va trebui însă să-l modificați și să-l adaptați la situația concretă a afacerii dvs. Înainte de a începe, studiați secțiunea de la sfârșitul capitolului „Planul financiar”



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

unde va oferim recomandari pentru perfectionarea planului, astfel incat sa faceti o prezentare eficienta pentru investitori sau banci. Daca acesta este scopul pentru care intocmiti Planul de afaceri, trebuie sa fiti foarte atent la modul de exprimare. Veti fi judecat atat in ceea ce priveste ideile de afaceri cat si asupra calitatii si aspectului Planului.

De obicei sunt necesare cateva saptamani pentru finalizarea unui Plan de afaceri bun. Cea mai mare parte de timp este dedicata cercetarii si regandirii unor idei. In acest lucru consta insa valoarea intregului proces. De aceea va trebui sa alocati suficient timp pentru redactarea Planului de afaceri. Nimeni nu a regretat timpul dedicat acestui scop. In cele din urma, nu neglijati sa pastrati insemnari detaliate cu privire la sursele si ipotezele facute, care au legatura cu datele dvs. economice.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

## PLAN DE AFACERI

### PROPRIETAR

Denumirea firmei:

Adresa:

Telefon:

Fax:

e-mail :



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

## I. Cuprins

I. Cuprins.....	4
II. Rezumatul Planului de afaceri.....	5
III. Descrierea generala a afacerii.....	6
IV. Produse si servicii.....	8
V. Planul de marketing.....	11
VI. Planul de structura.....	31
VII. Planul financiar.....	38
VIII. Anexe.....	48



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

## II. Rezumatul Planului de afaceri

Acest capitol iti veti redacta la sfarsit.

Propunem sa aiba cel mult doua pagini.

Va contine ceea ce ati putea spune intr-un interviu cu o durata de cinci minute.

Prezentati elementele de baza ale afacerii pe care o propuneti: Care este produsul? Care vor fi clientii dvs.? Cine este proprietarul afacerii? Care credeti ca este viitorul afacerii dvs. si a sectorului in care veti activa?

Trebuie sa fie complet, cuprinzator, profesional si sa inspire entuziasm.

In cazul in care solicitati un credit, exprimati clar suma care va este necesara, explicati cum o veti folosi si modul in care aceasta suma va ajuta afacerea dvs. pentru a obtine profit, astfel incat sa puteti restitui aceasta datorie.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

### III. Descrierea generala a afacerii

Ce afacere veti face? Ce activitate veti desfasura?

**Viziunea:** Multe intreprinderi au un text scurt in care se exprima viziunea lor, de obicei pana in 30 de cuvinte sau chiar mai putin si in care se explica motivul existentei acesteia si principiile sale directoare.

Daca doriti sa realizati o schita a proiectului dvs., puteti sa o faceti aici si sa faceti referire la urmatoarele:

**Obiectivele si scopul afacerii:** scopul reprezinta destinatia - unde doriti sa ajunga afacerea dvs. Obiectivele sunt semnele de progres pe drumul succesului. De exemplu, un scop ar putea fi o afacere sanatoasa si de succes, cu clienti fideli, care sa se gaseasca pe primele locuri in ceea ce priveste servirea clientilor. Obiectivele pot fi: vanzarile anuale si anumite masuri cu privire la satisfacerea clientilor.

**Filosofia de afaceri:** Ce este important pentru dvs. in afaceri:

Cui sunt destinate produsele dvs.? (Aici puteti face o scurta descriere – descrierea detaliata se va face in capitolul *Planul de Marketing*).

Descrieti **ramura de activitate**. Este un sector in dezvoltare? Ce schimbari credeti ca se vor produce pe termen scurt si pe termen lung? In ce mod afacerea dvs. va fi pregatita sa se confrunte cu acestea?

Descrieti punctele tari ale afacerii dvs. si principalele competente ale acesteia. Ce factori vor contribui la succesul afacerii? Care sunt cele mai competitive



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

puncte ale dvs.? Ce veti oferi dvs. personal acestei noi afaceri, din experienta dvs. anterioara, din aptitudinile si punctele dvs. tari?

Forma juridica a intreprinderii: **Unic proprietar, Asociatie, Societate cu raspundere limitatata (SRL), Societate pe actiuni (SA).** Ati ales forma juridica?



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

#### IV. Produse si Servicii

Descrieti in amanunt produsele sau serviciile pe care le oferiti, din punctul de vedere al afacerii dvs.

Aceasta inseamna ca ati stabilit deja care este orientarea in afaceri a site-ului dvs. Site-ul dvs. este:

- Tranzactional? – Deci, pe site-ul dvs. se vor realiza tranzactii/vanzari (ex. amazon.com)? Se vor vinde produse (ex. iTunes), gadgets/games, abonamente la reviste etc.? Veti activa si ca mediator in achizitii pe site-ul dvs. (ex. e-bay)?

Daca da, trebuie ca e-business-ul dvs. sa rezolve probleme legate de primirea comenzilor, plata, predarea produselor, relatiile cu clientii etc. Un asemenea site poate constitui fie unica forma de vanzare a unei afaceri sau poate constitui una din modalitatile alternative de vanzare a afacerii.

- Content? – Deci, site-ul dvs. se va baza pe „continutul” pe care il ofera vizitatorilor ei? Acest continut va avea un caracter general (cum ar fi de exemplu cazul unui ziar sau al unei reviste), special (ex. sport, economie, moda etc.) sau se va referi la o nevoie speciala (de ex. cercetare juridica). Un motor de cautare se inscrie in aceasta categorie.

Continutul va fi oferit pe gratis, cu plata sau combinat? Cele mai multe site-uri de tipul „content” au venituri importante din publicitate. Cheia





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

succesului este credibilitatea conținutului. Aceasta înseamnă că site-ul trebuie actualizat în permanență și să fie atrăgător.

- Promotional? – Deci, este vorba de o broșură electronică a unei afaceri „din teren”? Va funcționa ca instrument de vânzări care își va propune să promoveze și /sau să informeze la nivel mondial clienții potențiali despre una sau mai multe afaceri și produsele lor, sau să faciliteze venirea în contact a persoanelor interesate cu acestea?

În acest caz va trebui să colaborați cu una sau mai multe firme, cărora va veti obliga să le realizați publicitatea produselor (de obicei firme specializate/ greu de găsit) și să stabiliți rolul dvs. în procesul de vânzare. Veniturile pot proveni din reclame, din servicii de outsourcing către firmele pe care le promovați sau ca remunerație din vânzări.

- Relational? – Deci site-ul își va propune servirea clienților cost/effective și dezvoltarea relațiilor cu clienții (social network)? Va oferi, de exemplu, sprijin tehnic la cererea clienților în probleme de funcționare/utilizare a produselor, efectuarea upload-urilor, va oferi informații cu privire la solicitările efectuate sau asupra unor comenzi ale clienților, va facilita conversația și schimbul de opinii dintre diferiți utilizatori, etc.?

Site-urile de acest tip funcționează prin intermediul chat rooms, bulletin boards, etc. Veniturile pot proveni din serviciile de outsourcing cu firmele pentru care funcționează site-ul, din reclame etc.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

Tipurile de site-uri de mai sus nu sunt intru totul distincte. Exista suficiente „zone comune” între ele. De ex. un site tranzactional poate fi insotit si de furnizarea de continut asa cum un site content poate sa faca si tranzactii.

In plus fata de cele de mai sus, va trebui sa faceti referire si la caracteristicile tehnice speciale si /sau la inovativitatea ce caracterizeaza produsele dvs. precum si la factorii care vor oferi avantaje sau dezavantaje competitionale. De ex. nivelul de calitate, unicitate, caracteristici tehnice, cost etc.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT

OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

## V. Planul de Marketing

### Studiul pietii

#### – De ce?

Oricat de bun ar fi produsul sau serviciul dvs., afacerea nu va fi reusita daca nu veti avea o strategie de marketing bine pusa la punct. Aceasta etapa incepe cu o analiza sistematica a pietii. Este foarte riscant sa sustineti ca stiti deja ce se intampla pe piata si care sunt tendintele ei, fara un studiu prealabil. Trebuie sa faceti acest studiu pentru a fi sigur ca va gasiti pe drumul cel bun. Utilizati procesul de planificare a afacerii ca fiind o oportunitate de a colecta date si a gasi raspunsuri la unele intrebari.

#### – Cum?

Exista doua tipuri de studii de piata: „primar ” (sau preliminar) si „secundar”.

In cazul unui studiu de piata secundar se pot utiliza informatii publicate cu privire la profilul pietii, formulare de afaceri, ziare, reviste, servicii de statistica, statistici din recesamantul populatiei etc. Aceste date pot fi gasite in biblioteci, Camere de Comert si Industrie, furnizori, surse ale asociatiilor profesionale sau guvernamentale, Internet etc.

Veti fi uimit de cat de multe informatii puteti gasi la Camera de Comert si Industrie din regiunea dvs. sau la asociatiile profesionale corespunzatoare.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

În cazul unor studii primare (preliminare) va trebui să colectați singur toate aceste informații. De exemplu, puteți consulta *Pagini Aurii* pentru a afla eventualii concurenți, *Catalogul Telefonice* pentru a depista potențiali clienți sau grupe de clienți și să faceți documentări calitative sau/si cantitative pentru a afla preferințele acestora.

Desigur, cel mai rapid și mai economic studiu de piață preliminar se face prin Internet, prin intermediul diferitelor motoare de căutare existente.

O cercetare efectuată de către o firmă specializată în realizarea studiilor de piață va costa destul de mult. Există însă suficient de multe surse de documentare care vă pot oferi informații referitoare la modul în care proprietarul unei afaceri mici poate să realizeze singur un studiu de piață.

Vă recomandăm ca în planul de marketing pe care îl veți întocmi să fiți cât se poate de explicit - să oferiți date statistice, indicatori și alte informații împreună cu sursele din care le-ați colectat.

## **2. Analiza pieții/ Factorii economici**

Din studiul de piață realizat încercați să identificați date reale despre ramura din care face parte afacerea ta.

- Marimea pieții



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

- Cota de piata vizata (acest lucru este obligatoriu doar daca estimati ca veti deveni un nume pe piata)
- Cererea existenta pe piata pe care doriti sa intrati
- Tendinte ale pietii: aspecte referitoare la dezvoltare, preferinte de consum si evolutia produsului
- Perspectivele si oportunitata de dezvoltare a marimii afacerii

Incercati sa identificati eventualele obstacole de patrundere a afacerii dvs. pe piata. Ex.

- Capital ridicat / costul capitalului
- Costuri de productie ridicate
- Cost de Marketing ridicat
- Acceptarea de catre clienti
- Instruire si competente necesare
- Tehnologii si brevete specifice
- Cheltuieli de transport
- Taxe si tarife, etc.

Bineinteles ca trebuie sa specificati si modul in care veti depasi aceste obstacole.

Exista schimbari de mediu (care de multe ori sunt rapide in domeniul informaticii) care ar putea afecta afacerea dvs. Acestea pot fi:



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

- Schimbari tehnologice
- Schimbari legislative
- Schimbari economice
- Schimbari in sectorul in care activeaza afacerea.

La fel ca mai sus, va trebui sa faceti referire la modul in care veti gestiona aceste posibile schimbari, astfel incat sa reducati impactul negativ si sa-l mariti pe cel pozitiv.

In cele din urma va trebui sa faceti referire la posibilitatea plagierii ideilor de afaceri si a site-urilor si cum vei depasi aceasta problema.

De asemenea, trebuie sa specificati daca intentionati sa asigurati emblema comerciala a afacerii si a produsului cu un brevet. Daca da, includeti acest cost in planul financiar.

### **3. Clientela**

In capitolul IV s-a facut descrierea produsului /serviciilor pe care le va oferi afacerea, din punctul de vedere al Intreprinderii. Acum trebuie sa le descrieti din punctul de vedere al Clientului.

Descrierea unui produs tehnologic pe intelesul tuturor si mai ales a unui e-produs sau serviciu astfel incat sa ofere o imagine completa unui potential client, constituie o provocare importanta pentru un nou intreprinzator. Multe e-business-uri nu au avut succe exact din acest motiv, pentru ca nu au putut sa explice clientului intr-un mod simplu, clar, explicit, fara termeni tehnici sau buzzwords,



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT

OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

ceea ce ofera. Clientul trebuie sa inteleaga valoarea pe care o are produsul/serviciul dvs. si modul in care va beneficia de acestea.

### **Beneficiile aduse de produse pentru Client**

Pentru fiecare produs sau serviciu pe care il veti oferi:

- Descrieti principalele caracteristici. Care sunt caracteristicile speciale?
- Descrieti beneficiile acestuia. Ce ofera acest produs/seviciu clientului?

Notati diferenta dintre caracteristica si beneficiu. De ex. o casa ofera adapost catorva persoane, dureaza multi ani si este construita dintr-un anumit material, in conformitate cu un proiect. Acestea sunt caracteristicile produsului „casa”. Beneficiile pe care le ofera acest produs clientului include: statut social, asigurarea adapostului pentru familie, satisfactia de a fi proprietarul unui imobil etc. Cu alte cuvinte, puneti o serie de caracteristici si capacitati ale produselor/serviciilor pentru a vinde beneficiile pe care le ofera.

Ce servicii veti oferi post-vanzare? Cateva exemple sunt: garantie, livrare la domiciliu, suport tehnic, service si politica de restituire a banilor.

### **Clientii tinta**

Trebuie sa faceti referire la clientela careia va adresati, la caracteristicile si la distributia socio-economica a acesteia (de ex. date demografice).



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

Descrierea se va face diferit dacă veți vinde altor întreprinderi sau direct consumatorilor. Dacă veți vinde un produs consumabil prin comerțul en-gros sau cu amănuntul, va trebui să analizați în detaliu atât consumatorul final cât și întreprinderile intermediare care se interpun.

Dacă va adresați unor consumatori/persoane fizice, îi vedeți ca pe una sau mai multe grupuri? Specificați grupele pe care le considerați mai importante. În continuare, pentru fiecare grupă de consumatori notați ceea ce este specific profilului demografic:

- Varsta
- Sex
- Localitatea sau regiunea geografică
- Situația economică
- Clasa socială și ocupația
- Educație
- Alte lucruri referitoare la produs/piată

Pentru clienții- întreprinderi, drept factori demografici pot fi:

- Tipul de întreprindere sau ramură
- Regiunea de acțiune
- Mărimea întreprinderii





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

- Preferințele de calitate, de tehnologie sau de pret
- Alte lucruri referitoare la produs/ramura

#### 4. Concurența

Succesul unui e-business este legat de poziționarea sa strategică pe piață și mai ales de avantajele sale competitive care îl deosebesc și „conving”. Numai în acest mod se poate concura eficient pe Internet. A trecut perioada e-business-urilor „meteorice” al căror succes era bazat pe publicitatea făcută cu privire la existența unui capital solid pentru crearea unui brand name.

Astăzi clienții au nevoie de un motiv mai puternic pentru a vizita un site și, când o fac, au nevoie iar de un motivatie foarte serioasă pentru a cumpăra ceva și pentru a reveni. Pe internet concurența este foarte puternică și este constituită de site-uri mari, de aceea și marime sau chiar mai mici decât site-ul dvs. Deci, ca să reușiți va trebui să creați un avantaj concurențial clar și ușor de înțeles, deci o plasare strategică pe piață, care să vă deosebească de ceilalți concurenți.

Nu uitați că pe internet compararea prețurilor de către clienți este foarte simplu de realizat. Cei ce se bazează pe strategia avantajului numit „pret redus” au foarte mari șanse de eșec, deoarece întotdeauna se va găsi cineva - care probabil are o putere economică mai mare - și care poate vinde mai ieftin. Prin urmare este obligatoriu să oferiți „valoare” clientului care va vă deosebi de concurență și veți putea supraviețui chiar dacă prețurile dvs. sunt mai mari decât a altora.

Luând în considerare cele de mai sus, trebuie să clarificați următoarele aspecte:



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

- Ce produse/servicii si intreprinderi veti avea drept concurenti?
- Prezentați principalii concurenti.
- Vor fi concurenti la toate nivelele sau doar pentru cateva produse, clienti sau regiuni?
- Vetii avea concurenti directi importanti? ( de ex. un video-club are drept concurenti cinematografele, cu toate ca este un tip de afacere diferit)
- Cum se vor confrunta produsele si serviciile dvs. cu cele ale concurentilor?

Utilizati *Tabelul de analiza a concurentilor* de mai jos pentru a compara afacerea dvs. cu doua din cele mai importante afaceri pe care le aveti drept concurenti. In prima coloana treceti factorii-cheie ai concurentei. Deoarece aceste date difera de la o piata la alta, este posibil sa fie necesar sa adaptati tabelul la nevoile dvs. si in special la cele ale pietii.

In coloana cu titlul „EU” scrieti cu sinceritate ce loc veti ocupa in mintea consumatorilor. In continuare examinati in ce masura este acest loc este pentru dvs. un punct tare sau unul slab. Adesea este dificil ca o persoana sa-si analizeze punctele slabe. Trebuie insa sa fiti sincer. Puteti solicita si altor persoane sa va ajute in aceasta privinta deoarece s-ar putea sa va sugereze unele aspecte pe care dvs. nu le-ati observat. Intr-un fel, este obligatoriu sa realizati o **evaluare obiectiva** a punctelor tari si a celor slabe ale afacerii dvs.

Analizati acum cei mai importanti concurenti ai dvs., unul cate unul. Notati modul in care se compara cu dvs.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

In ultima coloana, notati importanta fiecarui factor concurential pentru consumator:

1= Foarte important ,....., 5 = Deloc important

**Tabel – Analiza Concurentilor**

Factor	EU	Puncte tari	Puncte slabe	Concurent A	Concurent B	Importanta pentru client
Produse						
Pret						
Calitate						
Gama						
Serviciu						
Siguranta						
Stabilitatea						
Experienta						
Reputatia intreprinderii						



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

<b>Amplasarea</b>						
<b>Aspect</b>						
<b>Metoda de vanzare</b>						
<b>Politica de credit</b>						
<b>Reclama</b>						
<b>Imagine</b>						

Pe baza analizei de mai sus, scrieti acum un scurt paragraf in care sa descrieti avantajele si dezavantajele dvs. concurentiale.

### 5. «Pozitia» pe piata (nisa dvs.)

Dupa ce ati realizat o analiza sistematica a afacerii dvs., a produsului, a clientilor si a concurentilor va trebui sa configurati acum o imagine clara a pozitiei pe care o va ocupa afacerea dvs. pe piata.

Intr-un paragraf stabiliti pozitia dvs., „portiunea” pe care o veti avea pe piata.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

## Strategia de Marketing

Prezentati elementele de baza ale strategiei dvs. de Marketing, care desigur trebuie sa fie corelata cu „portiunea” de piata ocupata.

### Promovare/publicitate (cum veti fi gasit cu usurinta?)

A deveni cunoscut clientilor tinta, mai ales pentru „valoarea” produselor si serviciilor pe care le ofera, constituie pentru proprietarii de e-bussiness o mare provocare. Va prezentam In continuare cateva metode de promovare a e-afacerii dvs.:

- Search engines (motoare de cautare) – algoritmiile motoarelor de cautare se modifica frecvent si din acest motiv este necesar sa faceti adaptari asupra modului in care veti fi gasit, astfel incat sa ajungeti cat mai sus in rezultatele pe care le produc motoarele de cautare. Recomandari utile pentru a fi mai usor identificat de motoarele de cautare:
  - Utilizarea prescurtarilor (ex “mortgage broker” in loc de “I will help you find the best mortgage”
  - Referire la locatia pe care o acoperi (eg “mortgage broker in Greece”
  - Prezentarea analitica a produselor sau serviciilor pe care le oferi (ex. “30-year fixed rate mortgage”, “adjustable rate mortgage”, etc)



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

- Integrarea in cataloagele electronice (ex. Yahoo), pe social networks, in portaluri, in magazine electronice (ex. Facebook, iTunes,), pe bloguri, in Cataloagele Camerelor de Comert, a organizatiilor, Administratii publice etc. Toate acestea solicita interventia si acordul dvs. personal, fara obligatii de plata.
- On-line advertising sau purchased links - este vorba de publicitate platita pentru terti (ex. www.in.gr) unde va trebui sa negociati (prin plata unei sume suplimentare) un loc bun pentru link-ul dvs. sau pentru publicitate.
- Propriul tau on-line marketing – accesarea clientilor potentiali prin intermediul e-mail-urilor si/sau a newsletter (din baza de date pe care ati completat-o sau creat-o treptat)
- Marketing traditional – publicitate clasica prin intremediul ziarelor , revistelor etc. a pliantelor publicitare, relatii publice, participare la conferinte/expozitii etc.
- Ce alte mijloace de publicitate veti utiliza, de ce si cu ce frecventa? De ce acestea si nu altele?
- Ati gasit alte metode, la un pret mai scazut, care vor avea rezultate dintre cele mai bune?

Alegeti una sau mai multe metode de publicitate dintre cele de mai sus (sau altele). Indiferent de alegerea dvs., faceti referire la aceasta, indiferent de imaginea pe care doriti sa o transmiteti. Ce imagine doriti sa aiba clientii despre dvs.?

### Bugetul pentru Marketing



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

- Ce suma va fi cheltuita pentru planurile pe care le-ati prezentat mai sus?
- O veti aloca inainte de inceperea functionarii?
- O veti aloca in timpul functionarii?

(Aceste cifre vor fi incluse in bugetul din Planul de afaceri).

### Dezvoltarea relatiilor cu clientii (credibilitate, incredere)

O afacere al carei unic punct de vanzare este Internetul se confrunta cu urmatoarea provocare: „cum configurezi relatiile cu clientii cand nu ai nici un contact fizic cu clientela?” In acest caz nu mediaza vanzatorii, nu exista „magazin” pe care sa il viziteze clientul, poate ca nu exista nici macar comunicarea telefonica cu clientul.

Prin urmare apare un subiect important cu privire la modul in care se vor dezvolta relatiile de incredere cu clientii , lucru mult mai important pentru un „e-bussiness” decat in cazul unei afaceri traditionale. Pentru a solutiona aceasta problema, luati in considerare cele ce urmeaza.

Factorii cheie care amelioreaza imaginea unui e-business si faciliteaza construirea „increderei” cu clientii din baza de date (factori ce conduc la atragerea clientului si efectuarea unor tranzactii pe site-ul dvs.) includ:

Brand name/strategic partners – Clientii continua sa fie atrasi de brand names pentru siguranta data de produsele sau serviciile pe care doresc sa le cumpere. Construirea unui brand name solicita multi bani, dar si noroc ( in afara situatiei in care detineti un brand name de succes dintr-o afacere „din teren” si care poata fi mutat cu usurinta pe Internet). Cea mai buna modalitate insa este aceea de



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

realiza o anumita strategie de colaborare cu o alta firma, care detine deja un brand name renumit, care sa sprijine imaginea firmei dvs. si increderea care decurge din aceasta catre clientii potentiali.

- Calitatea site-ului – Clientii pot aprecia o afacere traditionala doar dupa locatia sau vitrina magazinului, dupa mobilier, decoratii etc. In acelasi mod, clientii unui e-business pot trage concluzii asemanatoare doar dupa aspectul site-ului. Aceasta inseamna ca site-ul trebuie sa fie bine proiectat, grafica sa fie placuta si atragatoare, sa fie util, continutul sa fie bine scris, interesant si actual, si bineinteles sa functioneze repede si corect.
- Calitate in onorarea comenzilor si serviciilor catre clienti – Probabil ca cel mai important factor in configurarea relatiei de incredere cu clientul este preluarea si executarea prompta si ireprosabila a comenzii de cumparare a unui produs/serviciu si daca anumite probleme sau nemulumiri existente au fost rezolvate cu promptitudine. O singura experienta „proasta” a clientului cu o afacere electronica este suficienta pentru a termina relatiile pentru totdeauna.
- Posibilitatea clientului de a „nota” produsele/serviciile – O buna practica consta in oferirea posibilitatii de acordare a unei note/aprecieri, de catre client, cu privire la calitatea si experienta generala pe care a avut-o cu produsele si serviciile pe care le promoveaza afacerea. In acest mod clientii potentiali pot primi informatii utile asupra masurii in care se pot increde in afacere, mai ales cand constata ca nu ezitati sa postati atat comentariile pozitive cat si pe cele negative.
- Posibilitatea clientului de a comunica cu cineva – Clientii simt mai multa siguranta si au mai mare incredere cand tranzactioneaza cu un e-





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT

OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

business care le ofera posibilitatea de a comunica cu o persoana, daca este necesar, pentru rezolvarea unei anumite probleme sau pentru a pune unele intrebari.

- Obținerea unei „certificari” – „Certificarea” afacerii si a site-ului de catre o autoritate constituie un element pozitiv important pentru realizarea unei relatii de incredere cu clientul. Aceasta certificare poate sa se refere la existenta fizica sau juridica a afacerii, la situatie economica etc. dar si pe teme de siguranta a tranzactiilor economice ale site-ului.

### Locatia propusa pentru afacere

Un e-business poate functiona in orice loc din lume. Cu toate acestea, in functie de produsul/serviciul pe care il vindeti si din diferite alte motive este posibil sa fie necesara alegerea cu atentie a „sediului” oficial al afacerii dvs. Anumiti factori ce pot influenta stabilirea locatiei in care va functiona afacerea dvs. sunt:

Este importanta locatia afacerii pentru clientela dvs.? Daca da, in ce mod?

Va vor vizita clientii?

Este locatia „compatibila” cu imaginea afacerii?

Unde se gaseste concurenta? Este mai bine sa fiti aproape sau departe de concurentii dvs.?

Exista avantaje legislative, tehnologice, in ceea ce priveste impozitele si finantarea sau de alta natura?



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

## Canale de distribuție

Cum veti vinde produsele si serviciile dvs.?

- Direct de pe site
- Prin intermediul rețelelor sociale, bloguri, portale cunoscute, e-shops, etc.
- In alt mod

## Modelul de afacere (ce vinzi?)

Afacerea electronica trebuie sa raspunda intr-un mod foarte clar la intrebarea: „cum veti face bani?”. O afacere clasica face bani din castigul care rezulta la vanzarea produselor. In cazul internetului, modelele de afacere sunt diversificate. Astfel, veniturile rezulta din (in mod exemplificativ):

- Vanzarea de produse – de ex. carti
- Vanzarea de date sau informatii – ex. situatia economica a afacerilor
- Mediere (brokering) – ex. e-bay
- Download-ul unor produse – vanzare de software sau audio (ex. iTunes)
- Per use model – din utilizarea cererilor audio sau video
- Application services provider – utilizarea unui server central/ software de catre clienti
- Publicitate – pentru servicii oferite tertilor
- Abonamente - pentru accesul permanent la site-ul pe care il detineti



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

Este obligatoriu sa stiti cu exactitate ce vindeti pentru obtinerea de venituri, deoarece acest lucru va influenta aspectul pe care il va avea site-ul, ce posibilitati tehnice exista/ ce caracteristici va avea, profilul utilizatorilor care vor fi atrasi de site, ce tip de customer service este necesar etc. Este foarte probabil sa se utilizeze concomitent mai mult decat unul din modelele de afaceri prezentate mai sus. De ex. un site care vinde produse – si care atrage multi clienti- poate sa vanda si publicitate. Este posibil ca modelul de afacere sa se modifice de-a lungul anilor, in acord cu situatia existenta pe piata.

### Stabilirea preturilor

Dupa ce ati stabilit cu exactitate ce anume vinde afacerea, urmatorul subiect este decizia cu privire la pretul de vanzare al produselor sau serviciilor. Evident ca pretul care rezulta trebuie sa fie competitiv si ca trebuie sa acopere cheltuielile, dar sa rezulte si un profit.

Pentru marea majoritate a afacerilor mici si a start-ups, politica preturilor reduce nu constituie cea mai buna politica. Aceasta priveaza intreprinderea de marja de profit si in plus clientii nu sunt interesati de pret atat de mult pe cat credeti. Mai mult decat atat, intotdeauna marii concurenti pot sa solicite preturi mai mici decat dvs. Recomandarea noastra este de a concura in calitate si in servicii dacat sa aveti preturi la nivele medii.

In consecinta, va trebui sa configurati o strategie de stabilire a preturilor care sa prevada o politica de preturi diferita la inceputul functionarii afacerii fata de cea pe care o veti adopta mai tarziu.

Comparati preturile dvs. cu cele ale concurentilor. Sunt mai mari, mai mici, aceleasi si de ce?



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

Cat de important este pretul ca factor concurential? Clientii carora va adresati cumpara intr-adevar pe baza pretului?

Care va fi politica dvs. de deservire a clientului inainte si dupa vanzarea produsului /serviciului?

## **6. Previziunea vanzarilor**

Dupa ce ati descris in amanunt produsele sau serviciile dvs., strategia de marketing, este timpul sa adaugati cateva elemente numerice in planul dvs. de afaceri si sa pregatiti previziunea vanzarilor pentru urmatorii 3 ani (luna de luna pentru primul an , daca este posibil, si anuala pentru urmatorii 2 ani) Previziunea vanzarilor trebuie sa se realizeze pe baza istoricului de vanzari (daca exista), a strategiilor de marketing pe care tocmai le-ati descris, pe studiul de piata pe care l-ati facut si cu datele de piata pe care eventual le detineti.

O practica foarte buna este aceea de a face doua previziuni:

- 1) «Estimarea realista», deci ceea ce asteptati in realitate
- 2) «Estimarea pesimista», deci o estimare redusa, pe care veti fi sigur ca o veti reusi indiferent de ceea ce se va intampla.

Amintiti-va ca trebuie sa luati in considerare ipotezele si documentarile pe care le-ati facut, sa configurati previziunile de vanzari precum si restul situatiilor economice care sunt necesare pentru Planul de afaceri. Acest lucru este deosebit de important daca v-ati propus sa prezentati Planul dvs. in vederea obtinerii unei finantari.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

## VI. Planul structural

Un e-business care isi incepe activitatea trebuie si poate sa functioneze cu costuri minime.

### 1. Producerea / Mentinerea produselor

Cum si unde se produc/ mentin produsele dvs.?

- Care este infrastructura tehnica/ platforma?
- Utilizati terte parti (outsourcing) in acest scop?

Descrieti metodele dvs. in ceea ce priveste:

- Tehnicile de dezvoltare si de mentinere a produselor dvs.
- Controlul de calitate

Care este costul infrastructurii tehnice si a instrumentelor de dezvoltare a produselor (hardware, software, etc) ;

Care este costul anual al infrastructurii tehnice si a instrumentelor de mentinere a produsului (hardware, software, etc) ;

Cum veti evita aparitia uzurii tehnologice? Ati inclus acest cost in cele de mai sus?

Afacerea va detine sisteme informationale de gestionare a preturilor, a costurilor si pietelor care se schimba rapid? Va vet gasi in varful tehnologiei cu produsele si serviciile oferite? Ce inseamna toate acestea din punct de vedere al costurilor?



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

Profitați de suportul gratuit și de prețurile speciale oferite de firmele IT (ex. Microsoft, Oracle, Dell, HP, etc)

## **2. Spatiul de activitate**

Care sunt caracteristicile spațiului de activitate de care aveți nevoie? Descrieți spațiul de activitate pe care îl veți avea.

Caracteristici fizice necesare:

- Spatiu
- Tip de cladire/echipamente
- Energie electrica, telefonie si alte utilitati

Accesul la instalatii (DACA ESTE NECESAR):

Este important ca accesul la instalatiile dvs.sa fie usor accesibil pentru furnizori?

Este necesar sa fie usor accesul cu mijloace de transport sau pe jos?

Care este necesarul de spatii de parcare sau de apropiere de autostrada, aeroport, statii de cale ferata sau porturi?

Includeti un desen sau o schita a instalatiilor propuse, daca considerati ca este relevant, asa cum ar fi necesare unui constructor.

Construirea de cladiri (DACA ESTE NECESAR):



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NAȚIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

Marea majoritate a afacerilor noi nu ar trebui să investească bani în construcția de clădiri dar dacă totuși v-ați propus să construiți va trebui să includeți în Planul dvs. de afaceri costul și specificațiile clădirii.

### Costul spațiului de activitate :

Aveti spațiu la dvs. acasă sau în alta parte (ex. în spații de susținere a inovativității sau a antreprenoriatului pentru tineri, oferite de diferite organizații și firme de informatică) pentru a lucra gratuit?

Dacă nu, luați în calcul cheltuielile aferente spațiului de activitate, în care se includ chiria dar și cheltuielile de întreținere a clădirii, pentru utilități (curent, telefon etc.), asigurări și cheltuielile inițiale de amenajare a spațiului care să acopere nevoile de funcționare. Aceste cifre trebuie să fie cuprinse în planul de afaceri.

### **3. Cerințe legale (DACĂ ESTE NECESAR)**

Descrieți ceea ce este valabil pentru situația dvs. cu privire la modul în care vă propuneți să rezolvați următoarele aspecte:

- Cerințe de reprezentare sau colaborare cu terți
- Autorizație de funcționare
- Reguli și regulamente de igienă a spațiului de muncă și a spațiilor auxiliare
- Reglementări specifice ramurii sau profesiei dvs.
- Drepturile de autor



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

- Forma juridica a afacerii, actionari etc.

Costurile respective trebuie sa fie incluse in planul financiar.

#### **4. Costuri pentru resurse umane**

- Pentru a calcula costul necesar pentru resursele umane trebuie mai intai sa faceti referire la specialitatile necesare si in anumite cazuri la volumul de munca (zile-om) pentru realizarea produselor. Urmeaza o metodologie simpla de calculare a costurilor pentru resursele umane:
  - Chiar daca persoanele care vor realiza produsul nu vor fi platite, va fi inasa necesar sa se faca un calcul al costului uman (salarizare) necesar pentru dezvoltarea produsului, specificand inasa ca este vorba de personal nesalarizat. La baza acestui calcul sta numarul de zile-om, care se poate calcula urmand o metodologie simpla, explicata mai jos:
  - Costul de salarizare pentru o zi-om se calculeaza cu formula:  
Salariul anual al salariatului (inclusiv contributia la impozite platite de angajator) \* procentul din an pe care il va dedica activitatii / 230
  - Exemplul 1: Un colaborator de-al dvs. care ar lua un salariu de 1.800 euro pe luna (inclusiv contributiile angajatorului) \* 12 \* 100% / 230 = 94 euro/zi. Astfel, daca estimati ca vor fi necesare 60 de zile pentru persoana respectiva, costul de salarizare al sau este 60 \* 94 = 5.640 euro. (Nota: 100% inseamna ca persoana respectiva lucreaza in acea activitate full-time).





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

- Exemplul 2: In cazul in care aceeași persoană lucrează part-time (de ex 75% din timpul său, deci 6 ore pe zi), costul său pentru zi-om va fi :  $1.800 \text{ pe luna} * 12 * 75\% / 230 = 70 \text{ euro/zi}$ . Astfel, costul salarial al său pentru respectiva activitate este :  $60 * 70 = 4.200 \text{ euro}$ .
- Acest calcul trebuie făcut pentru toate persoanele care vor fi implicate în respectiva activitate.
- Un calcul similar trebuie făcut și pentru persoanele care vor lucra în afacerea dvs. pe viitor.
- Referiți-vă la specialitatea persoanelor care se vor ocupa de mentinerea produsului. Care este costul anual al acestora?
- Referiți-vă la specialitatea persoanelor care sunt necesare pentru functionarea afacerii. Costul anual?
- Veti utiliza persoane cu contract, în afara angajaților permanenți? Poate veti aplica integral sau partial metoda de outsourcing pentru producerea și mentinerea produselor?

Toate acestea vor fi înscrise în planul financiar.

## **5. Angajarea de personal, Managementul și Organizarea**

Echipa care susține efectiv un e-business – deci competențele membrilor care o formează – și rolul fiecăruia în afacere ocupă probabil cel mai important loc în succesul unei asemenea afaceri.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT

OIPOSDRU



BLOFUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

Competențele cheie necesare ECHIPEI sunt două, și anume:

- Aptitudini antreprenoriale (gestionarea riscului în afaceri, cum se construiește o echipă, identificarea și găsirea fondurilor etc.) și
- Aptitudini operationale (know-how-ul dezvoltării produselor, aptitudini de marketing , etc.).

O idee de afaceri perfectă, care este implementată de o echipă de calitate medie, are mai puține probabilități de succes față de o idee de afaceri medie, implementată de o echipă perfectă.

Cine va asigura managementul afacerii? Ce experiență aduce această persoană în afacere? Care sunt competențele și aptitudinile lui speciale?

Ce alte persoane dețin posturi-cheie în afacerea dvs.? Ce experiență, ce competențe și ce specializare dețin? Ce rol joacă în afacere?

Există un plan : a) pentru menținerea acestor persoane în afacerea dvs. pe o perioadă mare de timp? B) pentru continuarea afacerii dacă aceste persoane pleacă sau se dovedesc incapabile?

Dacă este posibil, elaborați o organigramă în care să arătați ierarhia și din care să reiați care sunt posturile cheie din afacere.

Atașați CV-urile persoanelor care dețin posturi cheie.

În cele din urmă, faceți referire la persoanele care oferă consiliere și sprijin profesional pentru afacerea dvs.: (exemplificativ)

- Consilieri tehnici, mentori, experți



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

- Avocat
- Contabil
- Banca, consilieri economici



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

## VII. Planul financiar

### 1. Cheltieli de infiintare si capitalizare

Veti avea multe cheltuieli pentru infiintare, chiar inainte de a deschide afacerea. Principalele cheltuieli insa pentru un e-business sunt date de achizitionarea echipamentului, realizarea produsului si cheltuielile preliminare de marketing.

Este important sa evaluati cu exactitate cheltuielile necesare pana la deschiderea activitatii si o perioada de timp dupa aceea, pana in momentul in care veti avea incasari, si prin urmare sa stabiliti de unde veti face rost de capitalul necesar pentru a va acoperi aceste cheltuieli. Trebuie sa va documentati foarte bine asupra acestui aspect. Cu cat documentarea dvs. este mai precisa, cu atat exista mai putine sanse de a uita anumite cheltuieli sau sa le subestimati.

Chiar si cu cele mai bune metode de cercetare, infiintarea unei afaceri va costa intotdeauna mai mult decat anticipati. Exista doua modalitati pentru a stabili marja cheltuielilor neprevazute. Prima este sa puneti „ceva in plus” la fiecare linie din bugetul dvs. Problema acestei abordari insa este aceea ca distruge acuratetea planului de cheltuieli analizat cu atentie de catre dvs. A doua abordare este aceea de a adauga un o linie separata in planul dvs. care se va intitula „cheltuieli neprevazute”. Aceasta este metoda pe care o recomandam.

Vorbiti cu alte persoane, care au infiintat afaceri asemanatoare, pentru a avea o idee asupra sumei pe care trebuie sa o luati in calcul pentru cheltuielile neprevazute. Daca nu puteti obtine informatii exacte, va recomandam sa treceti cheltuieli neprevazute cu cel puțin 20% din totalul celorlalte cheltuieli de infiintare a afacerii.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

Explicati in detaliu documentarea pe care ati facut-o si cum ati ajuns la aceste sume. Faceti referire la sursele, sumele si conditiile eventualelor imprumuturi. De asemenea, explicati in detaliu care este suma cu care va contribui fiecare investitor si care va fi procentajul din afacere detinut de fiecare.

## 2. Finantarea afacerii

Una dintre cele mai importante probleme la infiintarea unei afaceri noi – si in special de catre persoanele tinere- o constituie gasirea capitalului cu care vor finanta functionarea unei afaceri electronice. Cea mai sigura metoda este detinerea acestui capital de catre proprietarii e-business-ului, inasa de obicei persoanele tinere nu detin resurse importante pentru acest scop. Mai mult ca sigur, unii proprietarii vor dedica timpul pentru aceasta afacere in mod gratuit, inasa acest lucru nu se poate face pentru multa vreme.

Astfel, nu poate fi evitata situatia in care tanarul antreprenor apeleaza la o metoda care sa ii asigure finantarea pentru suma de care are nevoie, cum ar fi:

- Banci/ terti ,
- Investitori
- Sponsori
- Premii obtinute la concursuri

In functie de alegerea dvs., trebuie ca planul dvs. financiar /previziunile sa fie adaptat la situatie.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

## ATENȚIE : CHEIA SUCCESULUI ESTE COSTUL OPERATIONAL SCAZUT

### 3. Previziuni financiare

Tineti cont ca firmele care lucreaza in domeniul tehnologiilor de varf sunt nevoite uneori sa functioneze pentru o perioada lunga de timp fara castig si uneori, chiar si fara vanzari. Daca se intampla acest lucru si in situatia dvs. este posibil ca banca sa nu va acorde un credit. Investitorii care sunt dispusi sa riste v-ar putea finanta, dar trebuie ca „povestea” pe care o veti spune sa ii convinga. Trebuie sa faceti previziuni financiare pentru o perioada mai mare de timp si sa indicati momentul in care veti incepe sa aveti castig. Ipotezele pe care le faceti trebuie sa fie bine documentate si sa aveti argumente solide.

Planul financiar consta din :

- Profiturile si pierderile estimate (Profit & Loss Statement),
- Fluxurile de numerar estimate (Cash Flow),
- Bilantul estimat (Balance Sheet),
- Calcularea punctului de rentabilitate (Break-Even Calculation).
- Aceste previziuni se fac pentru o perioada de trei ani ( de obicei). In mod ideal, previziunile pentru primul an ar trebui sa fie lunare. In orice situatie, se coreleaza cu prevederile de vanzari pe care le-ati facut deja.

Toate aceste elemente constituie o estimare logica a viitorului financiar al afacerii dvs. Cel mai important insa este ca studiind planul financiar al afacerii veti intelege mai bine problemele economice ale acesteia.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

### **Estimarea profitului si a pierderilor pe un an**

Marea majoritate a proprietarilor unei afaceri considera acest element, deci estimarea profitului si a pierderilor, ca fiind piatra de temelie a planului lor de afaceri. In acest element sunt incluse toate aspectele afacerii sub forma unor cifre iar dvs. veti avea o idee asupra a ceea ce va fi necesar pentru ca afacerea dvs. sa va aduca profit si sa fie reusita.

Vanzarile estimate vor rezulta dintr-o prognoza a vanzarilor in care veti include vanzarile, costul produselor de vanzare, cheltuielile si castig lunar pentru un an.

Profitul estimat trebuie sa fie insotit de un text in care sa descrieti principalele ipoteze pe care le-ati facut pentru a estima veniturile si cheltuielile firmei.

Nota: Trebuie sa pastrati insemnari amanuntite referitoare la documentarea si ipotezele dvs. astfel incat mai tarziu sa puteti sa explicati si de asemenea sa reveniti la sursele dvs. cand va fi timpul sa revizuiti planul de afaceri.

Pentru simplificarea calculelor, considerati ca toate tranzactiile (in special incasarile) se fac in numerar.

### **Profitul si pierderile estimate pe o perioada de trei ani (optional)**

Profiturile si pierderile prevazute pe o perioada de un an constituie elementul de baza al planului dvs. de afaceri. Estimarea acestora pe o perioada de trei ani este optionala si se realizeaza de acele persoane care doresc sa faca previziuni pe o perioada mai mare de un an.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

Este evident ca trebuie sa pastrati insemnari cu privire la cele mai importante ipoteze pe care le-ati facut si mai ales pentru acele aspecte care credeti ca se vor schimba dramatic dupa un an.

### **Estimarea fluxurilor de numerar**

Daca previziunea privind profiturile reprezinta „inima” planului dvs., fluxurile de numerar reprezinta sangele. Multe afaceri esueaza deoarece se ajunge la punctul in care nu mai pot plati facturile. Orice parte a planului dvs. de afaceri este importanta, dar nici una nu mai are vreun sens daca vi se termina numerarul.

Obiectivul a tot ceea ce s-a discutat pana in prezent este acela de a invata sa va programati cati bani va vor fi necesari pentru a acoperi costurile necesare demararii afacerii, costurile preliminare, costurile de operare si rezervele dvs. Altfel veti putea prevedea la timp lipsurile si sa va luati masurile necesare- probabil sa limitati anumite cheltuieli sau sa faceti un imprumut. Mai presus de toate, nu trebuie sa fiti luat prin surprindere.

Nu exista un truc anume pentru a face un plan al fluxurilor de numerar. Estimarea fluxurilor de numerar este o privire in avans a contului pe care il detineti.

Va trebui sa stabiliti cand asteptati sa incasati numerar (din vanzari) sau cand trebuie sa semnati un ordin de plata ( pentru plati).

Va trebui sa aveti o evidenta a elementelor operationale importante care nu constituie in mod necesar date ale fluxului de numerar dar care va permit sa urmariti acele aspecte care au un impact important asupra fluxurilor de numerar,





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

cum ar fi de exemplu banii obtinuti din vanzari sau cei pe care trebuie sa-i platiti pentru achizitii.

De asemenea va trebui sa urmariti platile in numerar efectuate inainte de infiintare si care vor fi inregistrate in coloana „inainte de infiintare”. Este logic ca ar trebui sa aveti deja facuta documentarea cu privire la planul de cheltuieli pentru infiintarea firmei.

Fluxul de numerar va demonstra daca va este suficient capitalul dvs. de lucru. Cu alte cuvinte, daca soldul de numerar ia o valoare negativa veti avea nevoie de un capital initial mai mare. Prin acest plan veti putea prevedea de asemenea cand si ce suma veti avea nevoie sa imprumutati.

Descrieti cele mai importante ipoteze, in special acelea care fac ca fluxul de numerar sa fie diferite de cele referitoare la profituri si pierderi. De exemplu, daca faceti o vanzare in prima luna, cand veti primi banii pentru aceasta vanzare? Cand veti face achizitii cand veti plati: in avans, la livrare sau mai tarziu? Cum vor afecta acestea fluxul de numerar?

Exista cheltuieli pentru care trebuie sa platiti in avans? Cand?

De asemenea, trebuie sa luati in considerare cheltuielile care nu se realizeaza la intervale de timp regulate, cum ar fi taxele trimestriale, cheltuielile de intretinere sau reparatii neprevazute si care trebuie sa fie trecute in buget,

Plata ratelor pentru credite, cumpararea de utilaje si sumele extrase de proprietari nu apar in declaratiile de profit si de pierderi dar aceasta nu inseamna ca nu apar ca fiind retrageri de numerar. Asigurati-va ca si acestea au fost incluse.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

Desigur, nici deprecierea monetara nu apare in fluxul de numerar deoarece nimeni nu semneaza un cec pentru aceasta.

## **Bilantul**

Bilantul este unul din documentele economice de baza pe care trebuie sa le intocmeasca o intreprindere pentru informare si pentru gestionarea partii economice. Bilantul arata ce obiecte de valoare are intreprinderea (active) si care sunt datoriile sale (pasive sau obligatii). Ceea ce ramane cand pasivele se scad din active reprezinta capitalul propriu (al proprietarilor) .

Utilizati o foaie de calcul a cheltuielilor si capitalizarea la infiintarea afacerii, care sa constituie un ghid pentru bilantul din ziua inceperii activitatii.

Optional : Unele persoane doresc sa includa si un bilant estimativ, din care sa rezulte estimarea pozitiei economice a afacerii la sfarsitul primului an. Acest lucru este deosebit de util cand inaintati propunerea dvs. unor investitori.

## **Calcularea punctului de rentabilitate**

Calcularea punctului de rentabilitate (punctul mort sau break-even point) prezice cantitatea de produse sau servicii vandute, cu un anumit pret, pentru a recupera totalul costurilor de investitie. Cu alte cuvinte, este nivelul vanzarilor sub care intreprinderea lucreaza in pierdere si peste care incepe sa inregistreze profit.

Formula matematica de mai jos va ajuta sa calculati punctul de rentabilitate:

Vanzarile in punctul de rentabilitate = Costuri fixe / (1- Costuri variabile)



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

*(In care: costurile fixe se exprima in euro in timp ce costurile variabile se exprima ca procent al vanzarilor totale)*

Nu uitati sa includeti toate ipotezele pe care le-ati facut si pe baza carora s-a facut calculul punctului de rentabilitate.

#### **4. Adaptarea declaratiilor pentru banci si investitori**

Planul general de afaceri care v-a fost prezentat mai sus – si in special planul financiar – va trebui sa fie adaptat astfel incat sa fie adecvat obtinerii unei finantari din partea unor banci sau pentru atragerea unui investitor in afacere.

##### **Pentru Banci**

- Bancile isi doresc asigurari cu privire la plata regulata a ratelor. Daca intentionati sa utilizati Planul pentru obtinerea unui credit, trebuie sa includeti:
  - Suma de care aveti nevoie
  - Cum vor fi utilizati banii
  - Ce veti realiza cu acesti bani?
  - Conditile de rambursare a creditului (numarul de ani). Probabil ca nu veti avea limite prea mari pentru a negocia un numar mai mare



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

de ani pentru rambursarea creditului, ceea ce v-ar fi de folos pentru fluxurile de numerar.

- Bunurile imobiliare sau mobiliare pe care le oferiti drept garantie.

### **Pentru investitori**

- Investitorii vad lucrurile din alt punct de vedere. Doresc dezvoltarea puternica si doresc sa aiba o cota parte din :
  - Capitalul solicitat pe termen scurt
  - Capitalul solicitat pe 2-5 ani
  - Cum se va folosi capitalul si cum va contribui aceasta la dezvoltarea afacerii
  - Estimarea rentabilitatii investitiei
  - Strategia de iesire a investitorilor (returnarea banilor, vanzarea sau intregistrarea publica (IPO))
  - Procentul din afacere pe care il va detine investitorul
  - Reperce si conditiile pe care le veti accepta
  - Situatiile economice ce vor exista
  - Participarea investitorilor in Consiliul de Administratie sau in Management



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CNDIPT  
OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

## VIII. Anexe

### **1. Situatia financiara personala (NU ESTE OBLIGATORIE)**

Introduceti situatia dvs. financiara a fiecarui asociat sau mare actionar din care sa reiasa datele de avere si obligatiile pe care le detin in afara prezentei afaceri si si valoarea lor neta. Adesea proprietarii trebuie sa utilizeze unele din bunurile pe care le detin pentru finantarea afacerii, si demonstreaza ceea ce exista disponibil. Bancile si investitorii deseori au nevoie si de aceste date.

### **2. Alte date**

Introduceti detalii si studii care sustin diferite ipoteze si actiuni pe care le-ati inclus in Planul dvs. de afaceri, cum ar fi:

- Diagrame tehnice
- Tabele amanuntite ale echipamentelor proprii sau asupra a ceea ce intentionati sa cumparati
- Scrisori de sustinere din parte unor viitori clienti
- Copii dupa state de plata si contracte
- Studii de piata
- Studii din domeniul respectiv
- Formulare de informare si materiale publicitare
- Articole de presa sau din alte surse de informare



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



OIPOSDRU



BLOCUL NATIONAL SINDICAL

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013“  
Investește în oameni!

- Orice alt material este necesar pentru a sustine ipotezele dvs.