

MODULUL 2: Dezvoltarea planului de afaceri

UNITATEA 2: Elaborarea profilului de afaceri sau a planului de afaceri





IO4 Cadrul de dezvoltare și planificare a afacerilor

MODULUL 2 Dezvoltarea planului de afaceri UNITATEA 2: Elaborarea profilului de afaceri sau a planului de afaceri

Bine ați venit la RESET Resursa de Dezvoltare a Planului de Afaceri! Această resursă vă va prezenta la Unitatea 2: Elaborarea profilului de afaceri sau a planului de afaceri.



Bine ati venit!

Bine ați venit la RESET Modulul 2 Resurse de dezvoltare a planului de afaceri! Această resursă vă va prezenta la unitatea 2: Elaborarea profilului de afaceri sau a planului de afaceri.

INTRODUCERE ȘI Obiective :

primul lucru de făcut atunci când dezvoltați o idee de afaceri este să o transferați într-un document. Acest lucru trebuie făcut într-o manieră simplă și ușor de înțeles

REZULTATELE ÎNVĂȚĂRII:

La finalizarea cu succes a acestei resurse, veți putea :

- Elaborarea și rezumarea unui plan de afaceri
- Clarificați problemele cheie în procesul de planificare a afacerilor



Erasmus+

Pornirea afacerii proprii este o întreprindere interesantă și ar putea fi una dintre cele mai importante decizii pe care o facem în viață. Prin urmare, primul lucru pe care trebuie să-l faci atunci când dezvolți o idee de afaceri este să îl transferi într-un document. Acest lucru ar trebui făcut într-un mod simplu și ușor de înțeles, astfel încât să îl putem dezvolta într-un plan de afaceri complet.

Până la sfârșitul acestui modul de învățare veți putea:

- Dezvoltați și elaborați un plan de afaceri
- Să clarifice aspectele cheie în procesul de planificare a afacerii





Elaborarea unui plan de afaceri



Odată clarificată ideea de afaceri, următorul pas este dezvoltarea planului de afaceri. Acest lucru trebuie făcut cu cea mai mare grijă și atenție, având în vedere că un plan de afaceri finalizat corespunzător poate servi la consolidarea afacerii în sine în practică. Planul de afaceri este documentul care va reflecta conținutul proiectului de afaceri planificat să se pună în practică. Aceasta va cuprinde informații care se vor extinde de la definirea ideii ce urmează a fi dezvoltată până la forma concretă în care va fi executată această idee.



Cum vă ajută un plan de afaceri?

- Permite efectuarea unui studiu exhaustiv al tuturor variabilelor care ar putea afecta oportunitatea de afaceri.
- Servește ca o prezentare care poate fi făcută terților.



- Permite efectuarea unui studiu exhaustiv al tuturor variabilelor care ar putea afecta oportunitatea de afaceri, oferind informații necesare cu privire la viabilitatea acesteia. Odată ce afacerea este în curs de desfășurare, planul de afaceri va servi, de asemenea, ca un instrument pentru a detecta posibile abateri de la obiectivele proiectate.
- Este o prezentare care poate fi făcută unor terțe părți: bănci, investitori, organizații publice și alte părți interesate atunci când este vorba de căutarea unui tip de colaborare sau de finanțare.

Cu ocazia elaborării Planului, există o mare libertate de alegere în funcție de tipul de activitate economică aleasă, de caracteristicile sectorului și chiar de locația fizică propusă a proprietății. Cu toate acestea, există anumite aspecte de bază care ar trebui luate în considerare, cum ar fi vocabularul sau structura, având în vedere că Planul va fi, de asemenea, folosit ca prezentare de afaceri.



Schema planului de afaceri 1/4

Următoarele informații ar trebui să fie cuprinse într-un plan de afaceri:

- Obiectivele proiectului de afaceri și introducerea actorilor-cheie ai acestuia.
- Activitate de afaceri.



Următoarele informații trebuie incluse într-un plan de afaceri:

- Obiectivele proiectului de afaceri și introducerea actorilor-cheie:
 - Definirea caracteristicilor generale ale proiectului.
 - Introducere în principalii actori: formare, experiență în afaceri, etc.
- Activitatea de afaceri:
 - Descrierea caracteristicilor produsului / serviciului companiei.
 - Necesitățile identificate referitoare la produsul / serviciul pe piața actuală.
 - Diferențierea calităților produsului / serviciului în raport cu concurența.
 - Regulile și reglementările relevante care reglementează producția sau vânzarea produsului sau furnizarea serviciului.

Schema planului de afaceri 2/4



- Caracteristicile pieței:

- Descrierea pieței către care se va direcționa produsul sau serviciul: dimensiunea, locația, tipurile de clienți, cererea actuală și potențială a pieței.
- Prognozele evoluției pieței.
- Identificarea concurenților de pe piață, a caracteristicilor acestora, a poziției pe piață, a avantajelor și a dezavantajelor produsului / serviciului în raport cu concurența.
- Cota de piață previzionată.

- Producție:

- Stabilirea procesului de fabricație.
- Selectarea instalațiilor și a mașinilor necesare.
- Materii prime, furnizori și bunuri de bază.
- Control de calitate.

Schema planului de afaceri 3/4



- Vânzări:

- Prezentarea produsului sau serviciului.
- Determinarea prețurilor.
- Canale de distribuție.
- Activități promoționale: publicitate, cataloage și reduceri.
- Proiecții de vânzări.
- Garanții, servicii tehnice și servicii post-vânzare.

- Locație:

- Criterii de localizare.
- Terenuri, clădiri și instalații.
- Comunicare și infrastructură.
- Subvenții de stat disponibile în locație.



Schema planului de afaceri 4/4



- Personal:

- Locuri de muncă care vor fi create.
- Distribuția pe categorii și atribuirea responsabilităților.
- Profilul persoanelor căutate: competențe și experiență.
- Procesul de selecție a personalului.
- Forme de contract care urmează să fie utilizate.
- Prognoze ale creșterii ocupării forței de muncă.

- Finantare:

- nevoile economice ale proiectului.
- identificarea și selectarea surselor de finanțare: bancă publică / privată, companii de leasing etc.
- plan de finanțare: plan de investiții, plan de finanțare, previziuni contabile.
- rentabilitatea proiectului.



Schema planului de afaceri 4/4



Aspecte juridice ale proiectului:

- Alegerea clasificării juridice a societății.
- Procese administrative de urmat.
- Obligațiile societății: contabilitate, fiscală și industrială.

Evaluarea riscului planului de afaceri



Odată ce planul de afaceri a fost elaborat, riscul de punere în aplicare a acestuia ar trebui evaluat. Trebuie să analizăm cu atenție riscurile și potențialele circumstanțe nefavorabile care pot afecta compania, personalul și acceptarea pe piață a produsului sau serviciului nostru; întârzierile în lansarea produsului sau serviciului; obținerea resurselor financiare necesare.

Evaluarea riscului trebuie să se refere și la factori externi, cum ar fi recesiunea, apariția noilor tehnologii, reacția concurenților, modificarea cererii etc.; în plus, trebuie să se reflecte măsurile posibile care ar putea fi aplicate.



Model de afaceri Canvas 1/7

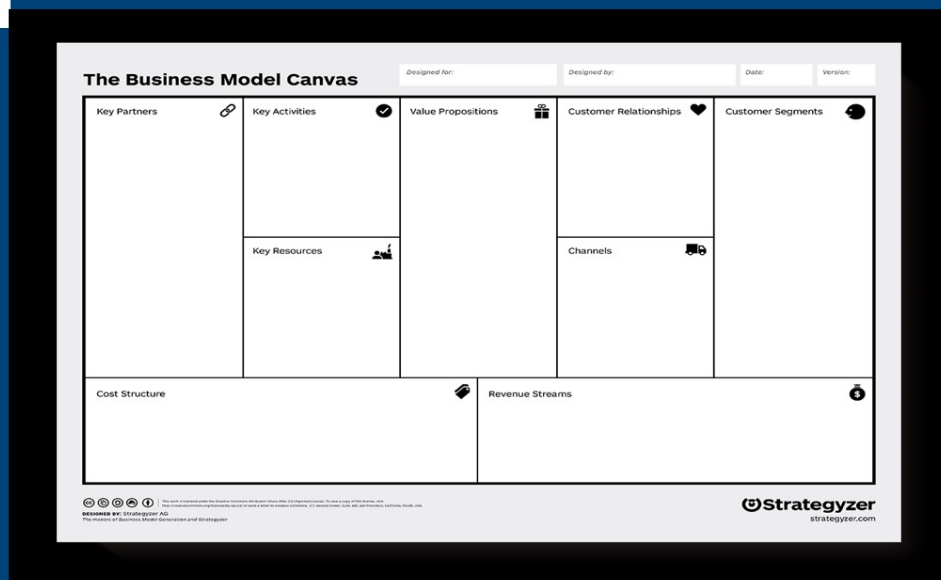
- Ușor de înțeles
- Axat
- Centrat pe client



Scrierea unei afaceri poate fi foarte consumatoare de timp și puteți ajunge la un document foarte mare. Există însă câteva instrumente care vă pot ajuta în acest proces. Modelul de afaceri Canvas vă oferă o modalitate de a crea un model de afaceri destul de clar folosind doar o singură coală de hârtie. Este ușor de înțeles deoarece pânza este pe o singură pagină și este foarte vizibilă. În plus, este concentrată și elimină orice puf care ar fi putut fi prezent într-un model de afaceri tradițional. De asemenea, este flexibil, deoarece puteți face modificări rapid și ușor.

Unele avantaje ale Modelului de Business Canvas sunt că acesta este centrat pe client și vă forțează să gândiți valoarea pe care o oferiți clienților dvs. și ceea ce este necesar pentru a furniza acea valoare. Natura grafică unică a pânzei arată cum sunt legate diferite părți ale modelului. Acest lucru poate fi foarte greu de constatat dintr-un plan de afaceri tradițional. Nu în ultimul rând, deoarece pânza este atât de ușor de înțeles, veți putea să o împărtășiți și să o explicați cu ușurință echipei dvs., făcându-i mai ușor să-i aduci la bord cu viziunea dvs.

Model de afaceri Canvas 2/7

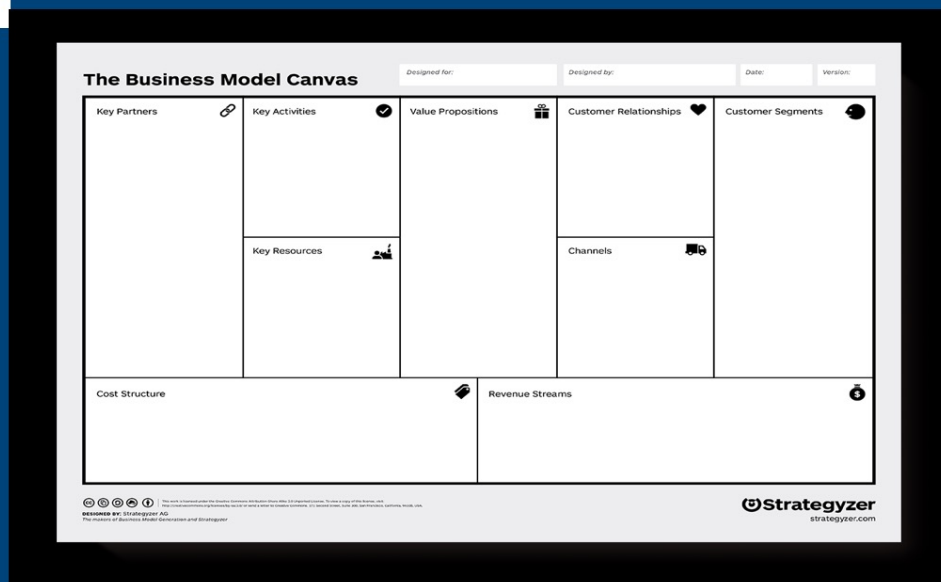


Sunt 9 elemente sau blocuri care alcătuiesc Canvas:

1. Segmente ale clienților: Cine sunt clienții dvs.?
2. Propunere de valoare: De ce cumpără clienții de la dvs.? Care este câștigul pe care îl oferiți sau nevoia pe care o satisfaceți?
3. Canale: cum sunt livrate produsele și serviciile dvs. pe piață?
4. Relațiile cu clienții: cum obțineți, păstrați și creșteți clienții?
5. Fluxurile de venituri: Cum câștigați compania dvs. banii?
6. Resurse cheie: Ce resurse strategice unice are afacerea dvs. sau care au nevoie?
7. Activități-cheie: Ce activități strategice unice desfășoară afacerea dvs. pentru a vă oferi propunerea de valoare?
8. Parteneriate-cheie: Ce activități non-cheie puteți externaliza pentru a vă permite să vă concentrați mai mult pe activitățile cheie.
9. Structuri de cost: Care sunt costurile majore suportate de afacerea dvs.?

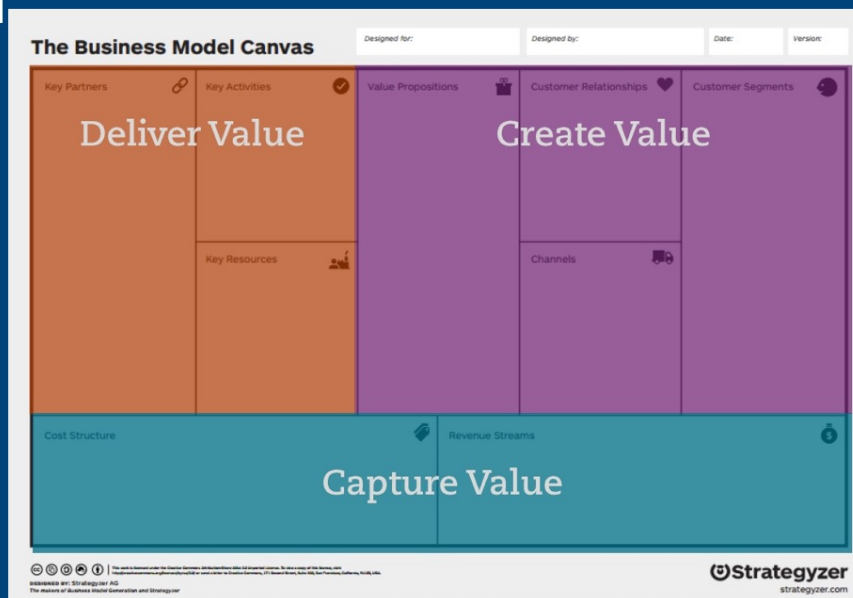


Model de afaceri Canvas 2/7



În general, am putea spune că elementele de pe partea stângă a Canvas reprezintă costuri pentru afaceri, în timp ce elementele din partea dreaptă generează venituri pentru afacere.

Model de afaceri Canvas 3/7



Să vedem fiecare bloc în mai multe detalii.

1. Segmente ale clienților

În acest bloc de construcție, introduceți diferite segmente de clienți sau pe care le veți deservi. Dacă puteți, creați una sau mai multe personaje pentru fiecare segment pe care îl deserviți. O persoană este pur și simplu o descriere relatabilă a fiecărui tip de client pe care îl deservești. Apoi, încercați să evidențiați motivațiile clienților dvs., problemele lor și capturați "esența" cine sunt.

2. Propunere de valoare

Propunerea de valoare descrie valoarea pe care o furnizați fiecărui segment de clienți. Ce probleme rezolvați pentru fiecare segment de clienți? Ce aveți nevoie să satisfaceți? Propunerea de valoare răspunde la întrebarea "de ce clienții vor cumpăra de la noi?". Unele dintre cele mai comune propoziții de valoare sunt: nevoie, performanță ridicată, capacitatea de personalizare, design, marcă / statut, preț, reducerea costurilor, reducerea riscurilor, confort.

Model de afaceri Canvas 4/7



3. Canale

Canalele se referă la modul în care produsele sau serviciile dvs. sunt vândute clienților. Pentru a finaliza această secțiune, întrebați-vă cum doresc clienții dvs.? Cum îi ajungi acum? În general vorbind, puteți avea propriile canale sau partenerul dvs. cu altcineva. Canalele dvs. personale ar putea include orice combinație de magazine pe care le dețineți, o forță de vânzări pe care o angajați sau site-ul dvs. Web. Canalele de parteneri ar putea include o multitudine de opțiuni, de la utilizarea unui angrosist la colaborarea cu afiliații pentru a vă vinde produsele sau chiar pentru a utiliza Google AdSense.

4. Relații cu clienții

Blocul de construcție pentru relațiile cu clienții răspunde la întrebarea despre modul în care obțineți, păstrați și creșteți clienții.

- Obțineți: Cum afl clienții despre dvs. și cumpărați inițial? De exemplu, acest lucru ar putea fi prin publicitatea pe Google.
- Păstrați: cum păstrați clienții? De exemplu, un serviciu excelent pentru clienți ar putea ajuta la menținerea clienților.

Model de afaceri Canvas 4/7



- **Creste:** Cum obtineti clientii nostri sa cheltuiasca mai mult? De exemplu, puteti trimite un buletin informativ lunar pentru a le informa în legătură cu cele mai recente produse.

Cea mai ușoară modalitate de a defini toate acestea este de a merge în detaliu întreaga călătorie a clientului. Acesta este modul în care clienții află despre dvs., investigați dacă să cumpărați produsul, cumpărați-l și cum sunt gestionati după cumpărare.

Model de afaceri Canvas 5/7



5. Fluxuri de venituri

De unde vin banii? În acest bloc de clădiri, menționați unde sunt generate veniturile dvs.

Acest lucru ar putea suna foarte simplu, dar nu este. De fapt încercați să vă dați seama ce strategie veți utiliza pentru a capta cea mai mare valoare de la clienții dvs.? Clienții plătesc o taxă unică? Veți avea o taxă lunară de abonament? Poate că vă oferiți produsul gratuit cum ar fi Skype și sperăm că o parte din clienți vor trece la produsul premium plătit?

6. Resurse cheie

Acest bloc de construcție vă descrie cele mai importante resurse strategice care sunt necesare pentru a vă face să funcționeze modelul dvs. de afaceri. Resursele pot intra într-una din cele patru categorii:

- Fizice: cum ar fi clădirile, vehiculele, mașinile și rețelele de distribuție.
- Intelectual: cum ar fi branduri, cunoștințe de specialitate, brevete și drepturi de autor, parteneriate și baze de date ale clienților.
- Uman: uneori poporul tău va fi resursa ta cea mai importantă; acest lucru este valabil în special în industriile creative și bazate pe cunoaștere.

Model de afaceri Canvas 6/7



7. Activități cheie

Activitățile cheie sunt cele mai importante lucruri strategice pe care trebuie să le faceți pentru a face ca modelul de afaceri să funcționeze. Activitățile cheie ar trebui să fie direct legate de propunerea dvs. de valoare. Dacă activitățile dvs. cheie nu pot fi atribuite propunerii dvs. de valoare, atunci ceva nu este bine, deoarece activitățile pe care le vedeți ca fiind cele mai importante nu oferă nici o valoare clienților. Activitățile cheie pot fi în mod obișnuit împărțite în trei mari categorii:

Producție: se referă la livrarea produsului dvs. În mod obișnuit, veți face acest lucru fie la o calitate înaltă, fie la o cantitate mare.

Rezolvarea problemelor: Consultanțele și alte organizații de servicii trebuie adesea să vină cu soluții noi pentru problemele individuale ale clienților.

Platformă / rețea: Rețelele, platformele software pot funcționa ca o platformă. De exemplu, o activitate cheie pentru Facebook este actualizarea platformei.

Când completați această secțiune, includeți numai activitățile care sunt absolut esențiale pentru a vă oferi propunerea de valoare.

Model de afaceri Canvas 7/7



8. Parteneri cheie

În acest bloc de construcție, listați sarcinile și activitățile importante, dar pe care nu o veți face. În schimb, veți utiliza furnizori și parteneri pentru a face modelul de afaceri să funcționeze.

Există de obicei trei motive pentru crearea unui parteneriat: economii de scară, reducerea riscului și incertitudinii și achiziționarea de resurse sau activități.

9. Structura costurilor

În blocul de structură pentru costuri, doriți să identificați activitățile cheie cu costurile. De asemenea, doriți să vă asigurați că costurile sunt aliniate la propunerea dvs. de valoare.

Ar trebui să fie direct să determinați cele mai importante costuri și cele mai scumpe după ce ați definit resursele cheie, activitățile cheie și parteneriatele cheie.



Lean Canvas 1/5

- o A fost adaptat de Ash Maurya de la foarte popularul Model de Business Canvas.
- o Utilizează același concept de 9 blocuri, cu excepția faptului că au fost ușor modificate pentru a se potrivi nevoilor / scopurilor / cerințelor unei Startup Lean

Lean Canvas a fost adaptată de Ash Maurya de la foarte popularul model de afaceri Canvas creat de Alexander Osterwalder. Lean Canvas utilizează același concept de 9 blocuri, cu excepția faptului că au fost modificate ușor pentru a se potrivi nevoilor / scopurilor / cerințelor unui Lean Startup. Lean Canvas este formatul perfect de o pagină pentru brainstorming modele posibile de afaceri, blocurile vă ghidează prin pași logici, începând cu problemele clienților dvs., până la avantajul dumneavoastră inechitabil.



Lean Canvas 2/5

PROBLEM List your top 3 problems.	SOLUTION Describe a potential solution for each problem.	UNIQUE VALUE PROPOSITION Single value proposition statement that states why you are different and worth paying attention.	UNFAIR ADVANTAGE Identifying a resource easily brought or copied.	CUSTOMER SEGMENTS List your target customers and users.
EXISTING ALTERNATIVES List how these problems are solved today.	KEY METRICS List the key numbers that tell you how your business is doing.	HIGH-LEVEL CONCEPT List your idea for a prototype e.g. YouTube - focus for video.	CHANNELS List your paths to customers (direct or indirect).	EARLY ADOPTERS List the characteristics of your ideal customers.
COST STRUCTURE List your fixed and variable costs.		REVENUE STREAMS List your sources of revenue.		

Lean Canvas
Created by Ash Maurya / Better version available at www.leancanvas.com

Să trecem prin fiecare bloc și ce ar trebui să scrie în el.

1. Problema

Fiecare segment de clienți (CS) cu care te gândești să lucrezi va avea un set de probleme pe care trebuie să le rezolve. În această casetă încercați să enumerați una până la trei probleme de prioritate ridicată pe care le aveți. Fără o problemă de rezolvat, nu aveți un produs / serviciu de oferit.

2. Segmente ale clienților

Problema și segmentele clienților pot fi văzute ca fiind legate în mod intrinsec - fără un CS în minte, nu vă puteți gândi la problemele lor, iar viza.

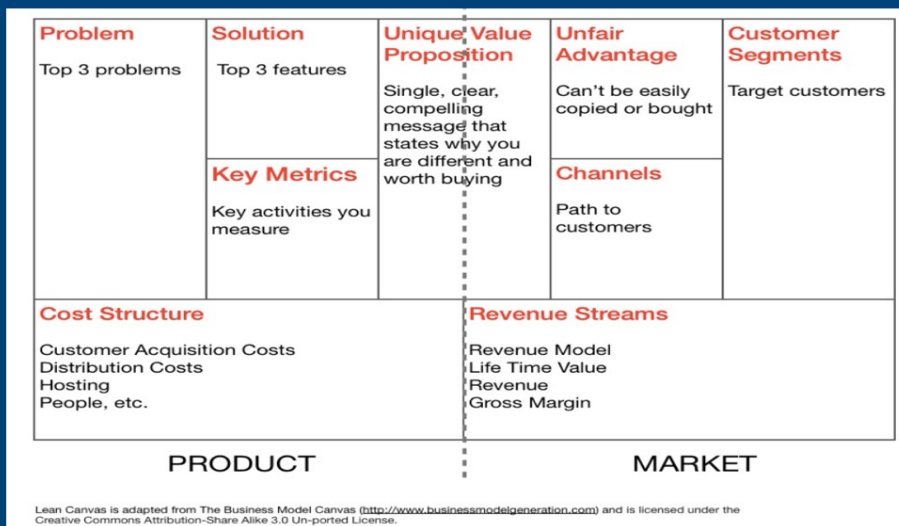
3. Propunere de valoare unică

În mijlocul Canvas este UVP. O propunere de valoare este o promisiune de valoare care trebuie livrată. Este motivul principal pe care o perspectivă ar trebui să o cumpere de la dvs. O modalitate de a vă pune capul în jurul valorii de acest lucru este să vă gândiți de ce sunteți diferit și de ce ar trebui ca CS dvs. să cumpere / să investească timp în tine.





Lean Canvas 3/5



4. Soluție

Găsirea unei soluții la problema este oul de aur! Nu o să luați asta de la prima liliace - e în regulă, pentru că asta e tot ce înseamnă Lean. Ce trebuie să faceți este să ieșiți din clădire - o frază creată de nașul lui Lean Startup, Steve Blanks. Și ceea ce Blank e aici este că soluția nu este în biroul tău, e acolo pe străzi. Deci, du-te interviu segmentul de clienți, pune-le întrebări, și să ia aceste învățări.

5. Canale

Canalele sunt modalități prin care puteți ajunge la CS. Și rețineți că în etapele inițiale este important să nu vă gândiți la scară, ci să vă concentrați asupra învățării. În acest scop, încercați să vă gândiți la ce canale vă va oferi suficient acces la CS, în același timp, oferindu-vă suficientă învățare. Canalele pot fi anunțuri de e-mail, sociale, CPC, bloguri, articole, târguri, radio și TV, seminarii web etc. și BTW nu trebuie să fie pe toate,.



Lean Canvas 4/5



6. Fluxuri de venituri

Modul în care vă prețuiți afacerea va depinde de tipul de model pe care îl reprezintă, totuși, este destul de obișnuit ca start-up-urile să-și reducă costurile, chiar să le ofere gratuit o tracțiune, totuși, acest lucru poate crea câteva probleme. Cheia fiind întârzierile / evitarea validării. Obținerea de persoane pentru a vă înscrie gratuit este ceva diferit de a le cere să plătească. Există și ideea de valoare percepută.

7. Structura costurilor

Aici ar trebui să listați toate costurile operaționale pentru a lua această afacere pe piață. Cât costă construirea / pagina de destinație? Care este rata dvs. de ardere - costurile dvs. totale de funcționare lunare? Cât va costa interviuarea segmentului dvs. de clienți? Cât costă documentele de cercetare de piață? etc. Puteți apoi să utilizați aceste costuri și fluxurile potențiale de venituri pentru a calcula un punct brut de rentabilitate.



Lean Canvas 5/5



8. Valori cheie

Fiecare afacere, indiferent de industrie sau mărime, va avea câteva valori-cheie care sunt folosite pentru a monitoriza performanța. Cea mai bună modalitate de a ajuta în acest sens este să vizualizați o pâlnie de sus în jos, care curge de la partea superioară deschisă, prin mai multe etape până la capătul îngust.

9. Avantaj nemeritat

Acesta este cel mai greu de blocat pentru a răspunde. Cu toate acestea, nu încercați să vă gândiți la acest lucru ca având un avantaj nedrept poate ajuta atunci când vine vorba de parteneri și investitori. Iată o definiție minunată a avantajului nedrept: "Singurul avantaj competitiv real este acela care nu poate fi copiat și nu poate fi cumpărat" - Jason Cohen. Avantajul necorespunzător poate fi informarea privilegiată, o echipă de vis, obținerea aprobărilor experților, clienții existenți etc. Deci, decât să vă gândiți să adăugați ceva de genul "angajament și pasiune" ca un avantaj nedrept (pentru că nu este), gândiți-vă la ceea ce aveți altcineva poate cumpăra.

Citirea ulterioară



Urmați acest link pentru a găsi mai multe linii directoare și sfaturi despre cum să lucrați cu Lean Canvas
<https://leanstack.com/LeanCanvas.pdf>



Vă mulțumim că ați acordat timp pentru a utiliza această resursă de dezvoltare și planificare a afacerilor dezvoltată de echipa de proiect RESET.

Pentru a accesa mai multe informații sau resurse suplimentare dezvoltate de proiectul RESET, vă rugăm să vizitați site-ul web al proiectului la :

www.resetproject.eu

Vă mulțumim că ați avut timp să utilizați această resursă de dezvoltare și planificare de afaceri dezvoltată de echipa de proiect RESET.

Pentru a accesa mai multe informații sau resurse suplimentare dezvoltate de proiectul RESET, vă rugăm să vizitați site-ul proiectului la: www.resetproject.eu





innovementum

in association with

S V E B ■ Schweizerischer Verband für Weiterbildung
Fédération suisse pour la formation continue
F S E A ■ Federazione svizzera per la formazione continua
Swiss Federation for Adult Learning

with funding from

movetia Austausch und Mobilität
Echanges et mobilité
Scambi e mobilità
Exchange and mobility



Erasmus+

This project has been funded with support from the European Commission.

This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Project number: 2017-1-FR01-KA204-037152.

