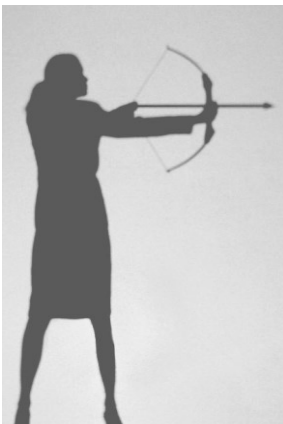


BAZELE ANTREPRENORIALITĂȚII



Succese și eșecuri în dezvoltarea afacerii

Obiective



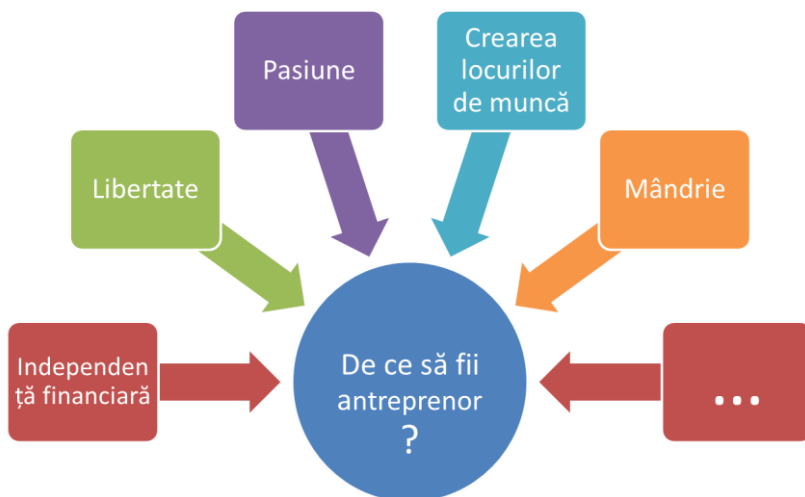
- Să evaluezi potențialul de a deveni un antreprenor de succes
- Să explici clar orice idee de afaceri pe care o examinezi
- Să creezi o listă de idei din câteva surse de concepte de afaceri
- Să selectezi cea mai bună idee pentru a crea propria afacere
- Să elaborezi un model de afaceri și planificarea afacerii

Conținut

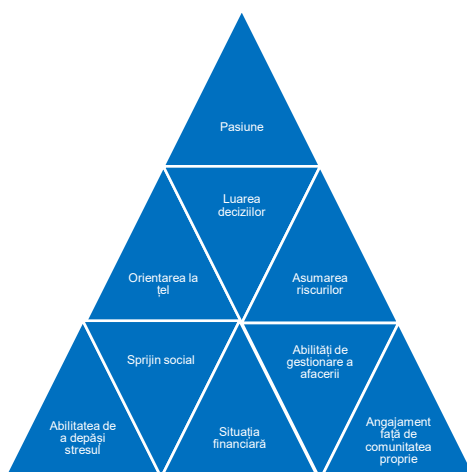


- 1. Definirea conceptului de antreprenoriat**
- 2. Importanța gândirii antreprenoriale**
- 3. Identificarea și dezvoltarea ideii de afaceri**
- 4. Planificarea unei afaceri – avantaje și dezavantaje**

1. Definirea conceptului de antreprenoriat



De ce aveți nevoie pentru a fi antreprenor?



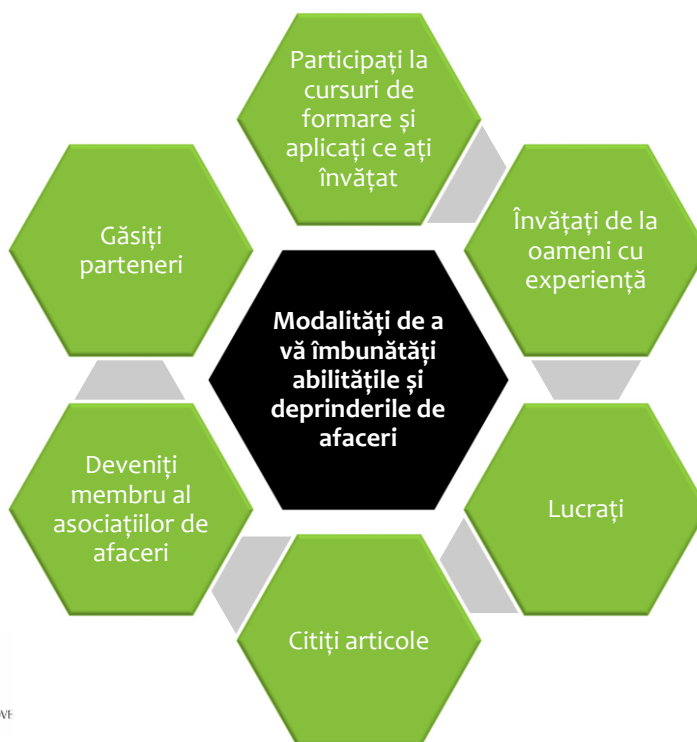
© Swiss Create www.swisscreate.com

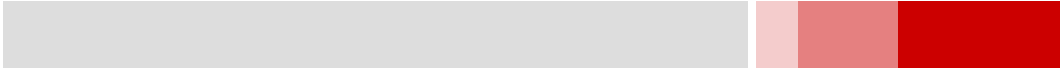


Antreprenoriatul?

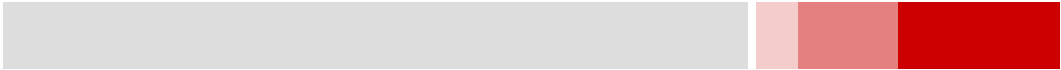
Crearea și dezvoltarea unei afaceri comerciale care oferă produse sau servicii în schimbul unor venituri și profituri, și impact în comunitate.

Antreprenorul este acea persoană care își asumă riscul de a începe această afacere, investind timp, bani și muncă, în speranța de a avea profit și de a avea succes în mediul său.





2. Importanța gândirii antreprenoriale

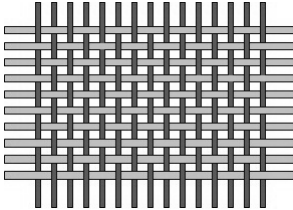


“With Lufthansa you’re in good hands.”

This is an authentic passenger statement.

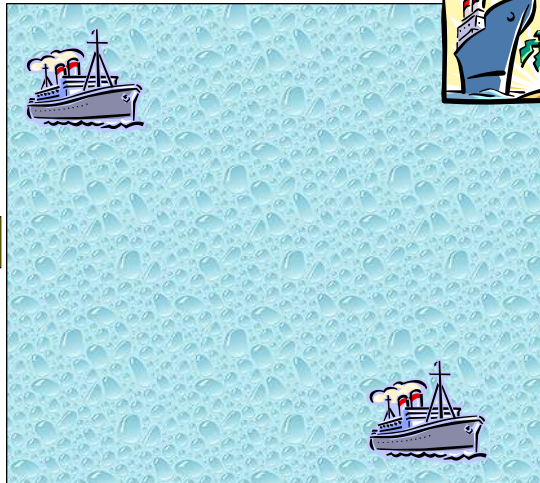


„Cu Lufthansa ești pe mâini bune.”

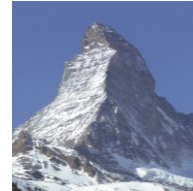


Calea către excelență

Comportament



Excelență



Metode, sisteme

Local – Național – Internațional – Global



Mentalitatea antreprenorială



Puțini sunt cei care fac să se întâmple ceva.

Mulți sunt cei care privesc la ce se întâmplă.

Marea masă nici măcar nu observă ce se întâmplă.

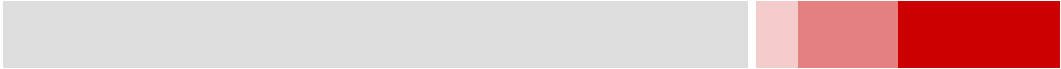
Dr. R. Schnyder-von Wartensee

Mentalitate

Da, dar...

危機

De ce nu?

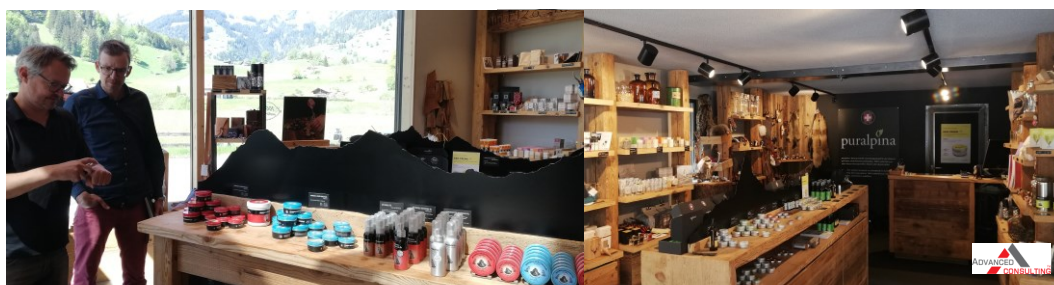


3. Identificarea și dezvoltarea ideii de afaceri

Succese și eșecuri în dezvoltarea afacerii



Puralpina, Elveția – o afacere cu creștere naturală



Și la Moldova se poate - ApiHerb



Și la Moldova se poate – Moft Dulce



Swiss Create

© Swiss Create www.swisscreate.com

ADVANCED
CONSULTING

Miere cremată cu pomușoare sau ierburi – Victor Dascaluc



ADVANCED
CONSULTING

Miere cremată cu pomușoare sau ierburi – Victor Dascaluic



Ce vă determină să faceți o afacere?



Strategia Ariciului



Swiss Create

© Swiss Create www.swisscreate.com

ADVANCED
CONSULTING



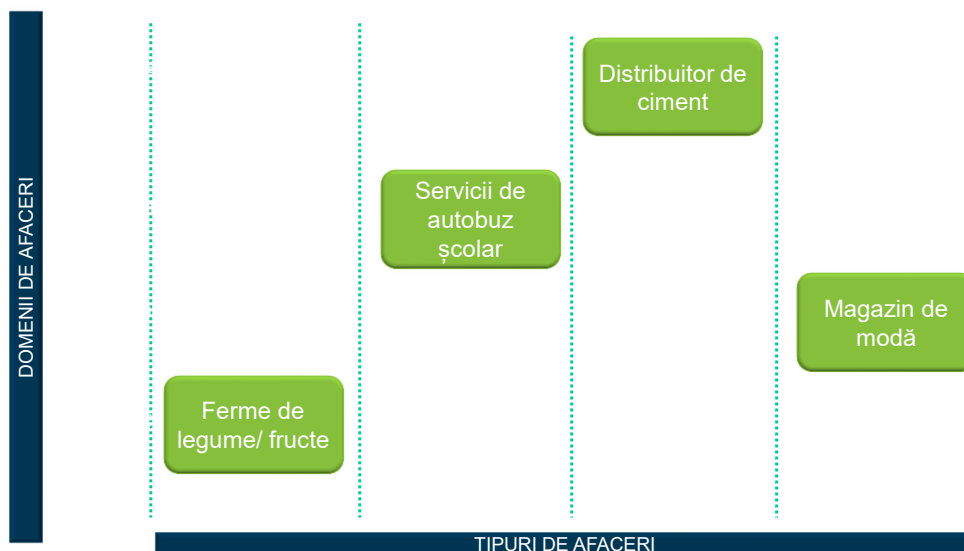


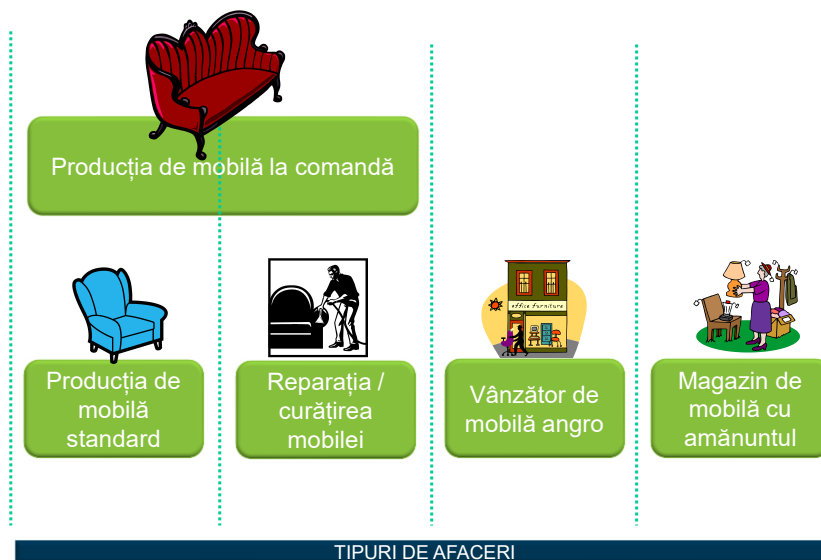
"Prăjitura Magică" SRL – Cafeneaua Smile Cafe



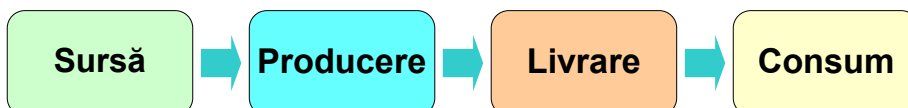
Tipuri de întreprinderi

- Identificați cum participați dvs. în domeniul de afaceri, în care activați
- Domeniul se alege frecvent pe baza:
 - Caracteristicilor personale
 - Rețelelor disponibile
- Patru tipuri principale de afaceri:
 - Producția bunurilor
 - Prestarea serviciilor
 - Comerțul angro
 - Comerțul cu amănuntul



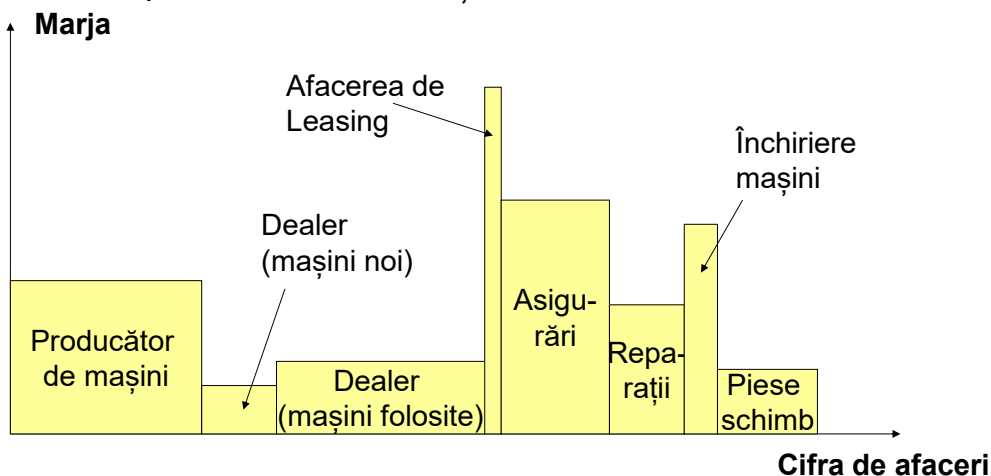


Poziționarea în cadrul lanțului valoric



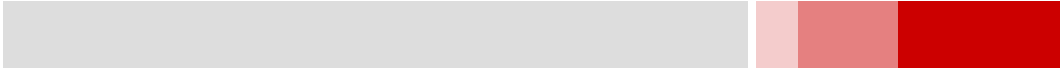
Profitul în cadrul lanțului valoric

Obiectivul principal: Generează profit nu doar în interiorul companiei, ci și în cadrul lanțului valoric. Exemplu: industria producătoare de mașini.



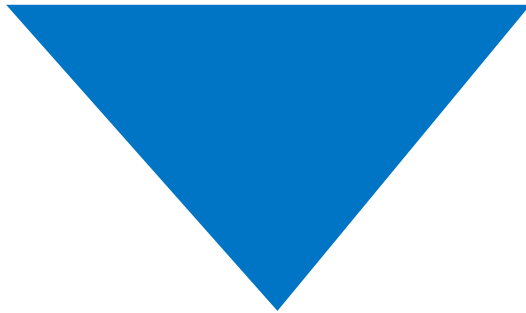
Analiza SWOT

Puncte Forte S	Puncte Slabe W
Oportunități O	Amenințări T



Angajament

Unitate



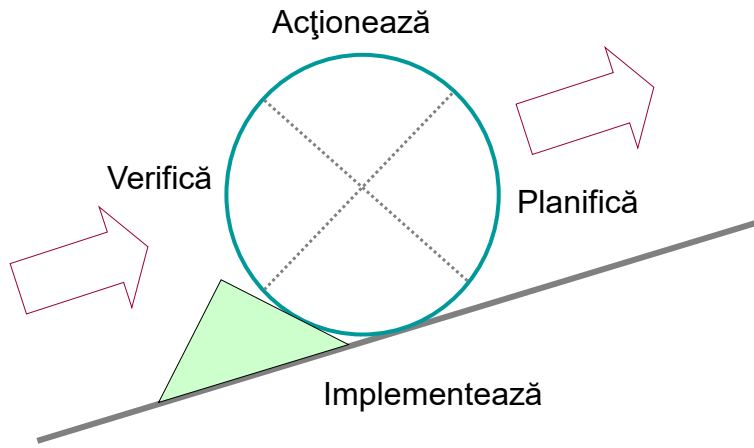
Comunicare



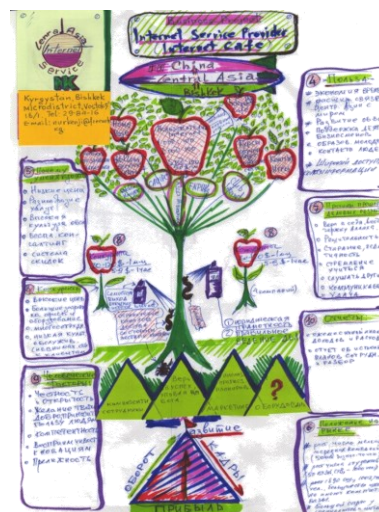
4. Planificarea unei afaceri – avantaje și dezavantaje

Elaborarea unui model de afaceri

Managementul total al calității



Vizualizarea modelului de afaceri



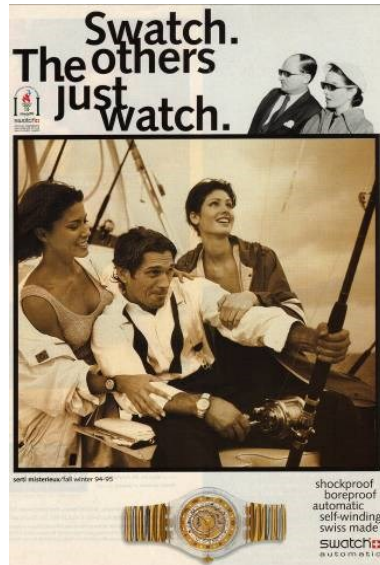
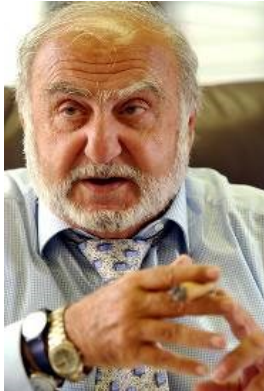
Scurt plan de afaceri

- Nume
- Viziune/ideea de bază (Ce dorim?)
- Dezvoltare (venit, profit, angajați...)
- Cele mai mari beneficii ale produselor sau ale serviciilor
- De ce cumpără clienții produsele sau serviciile noastre?
- Situația pieței (trecut, prezent, viitor)
- Care sunt motivele care au dus la situația actuală afacerea mea?
- Descrierea competitorilor și de ce suntem noi mai buni ca ei
- Factori umani importanți pentru succesul nostru
- Când și cum monitorizăm și raportăm factorii cei mai importanți (cabina de pilotaj/carlinga)

Nume și brand



Nicolas Hayek



THE **SWATCH GROUP** LTD

Swiss Create

© Swiss Create www.swisscreate.com

ADVANCED CONSULTING

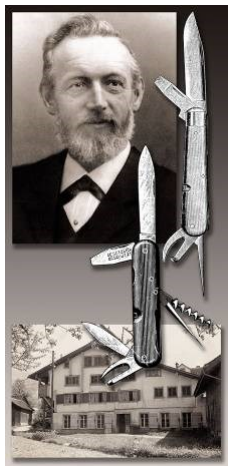


ADVANCED CONSULTING

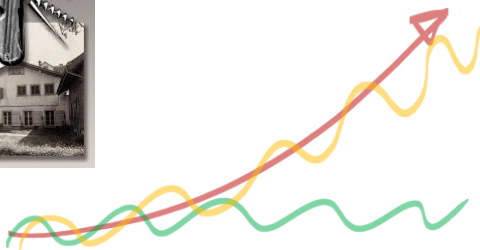
Model de afacere: Swatch

Descriere

Factori de succes




VICTORINOX



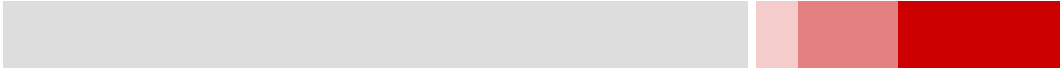
Model de afacere: Victorinox

Descriere

Factori de succes

ARNOS





Swiss Create

© Swiss Create www.swisscreate.com



Swiss Create

© Swiss Create www.swisscreate.com

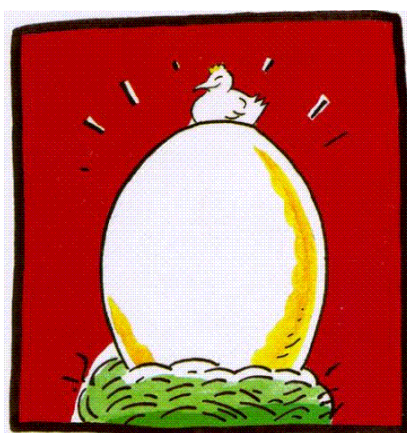


Obiective

1.
De unde vin?

2.
Cine le
formulează?

3.
Ce efect au?



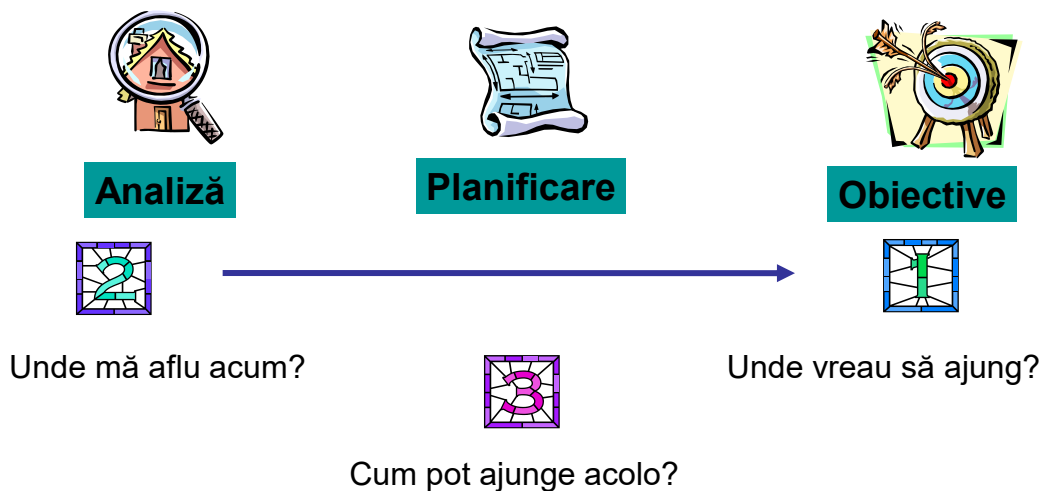


**Accidentele nu se întâmplă.
Ele sunt cauzate.**



**Cu cât conduci mai rapid, cu atât
trebuie să te uiți mai mult în față.**

Trei pași pentru afacerea ta

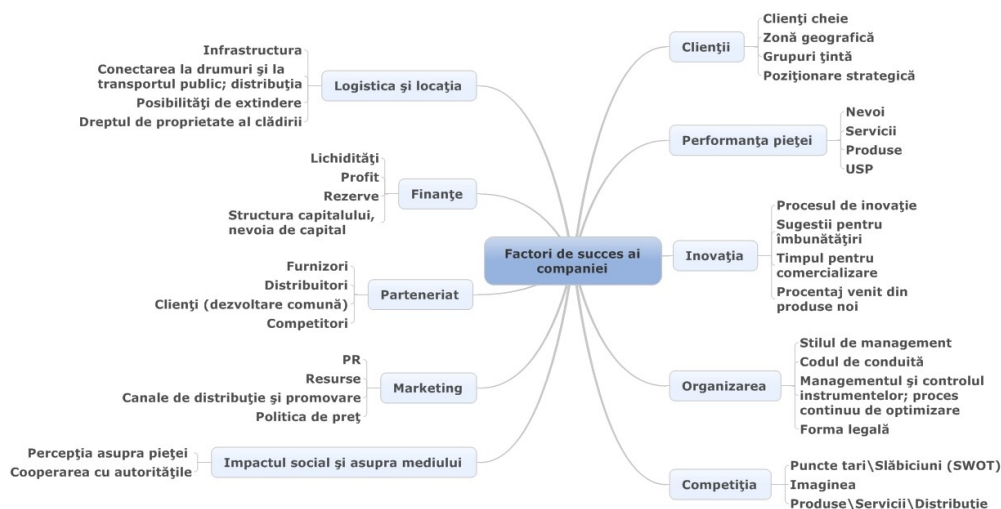


Responsabilitate

Față de:

- **Oameni**
(eu și alții)
- **Resurse**
(bani, utilaje, ...)
- **Timp**
(timpul este mai mult decât bani - este viața)

Factorii cheie de succes ai companiei

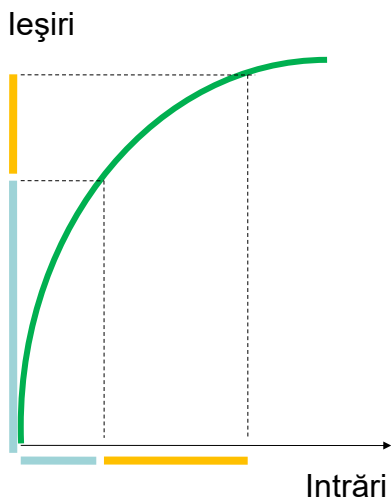


Structura companiilor în Elveția

Tipul companiei (joburi full time)	Numărul companiilor	% din total companii	Numărul angajaților	% din total angajați
IMM-uri (1-249)	311'707 (29.03.10) 297'694 (30.06.07)	99.6 99.7	2'327'802 2'150'183	66.6 67.5
Micro-întreprinderi (1-9)	272'346 (29.03.10) 261'584 (30.06.07)	87.1 87.6	889'206 839'366	24.9 26.4
Companii mici (10-49)	33'183 (29.03.10) 30'638 (30.06.07)	10.6 10.3	760'780 692'285	21.8 21.7
Companii medii (50-249)	6'178 (29.03.10) 5'472 (30.06.07)	2.0 1.8	697'816 618'532	20.0 19.4
Companii mari (250 și mai mult)	1'154 (29.03.10) 1'028 (30.06.10)	0.4 0.3	1'166'269 1'035'197	33.4 32.5

Cum funcționează economia globală: 2 modele de bază

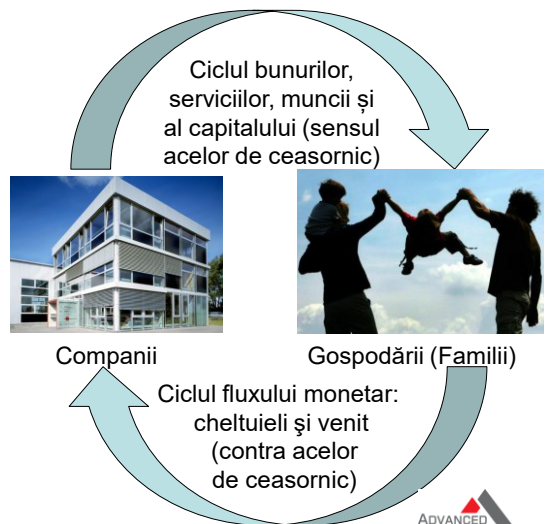
Legea diminuării veniturilor



Swiss Create

© Swiss Create www.swisscreate.com

Ciclul economic



ADVANCED CONSULTING

Globalizarea – sunt victimă sau creator?



Swiss Create

© Swiss Create www.swisscreate.com

ADVANCED CONSULTING

Rezolvarea problemei și crearea unei scheme (I)

Pas	Obiectiv	Exemplu: gețile Freitag
1 a	Situația inițială, înțelegerea problemei	Gețile normale și coșurile erau prea complicate pentru a fi folosite pe bicicletă sau motocicletă; rezistență insuficientă la apă.
1 b	Descrierea problemei	Apa pătrunde în geantă datorită deschizăturii mari și a închizăturii simple. Pentru a deschide geanta este nevoie de ambele mâini.
1 c	Analiza problemei: poate fi rezolvată în mod profitabil?	Da. O estimare arată că venitul și cheltuielile sunt în echilibru (principiul profitabilității).
2	Definirea obiectivelor	Cei doi frați declară că vor să creeze o nouă geantă cu un nou stil de material într-un an; grupul țintă: prieteni și uz privat. În același timp, ei continuă să lucreze la vechiul loc de



Rezolvarea problemei și crearea unei scheme (II)

Pas	Obiectiv	Exemplu: gețile Friday
3	Verificarea alternativelor (matricea morfologică)	Constă în crearea unor modele diferite (prototipuri); analiza pro și contra a modelelor.
4	Definirea mijloacelor și proceselor	Acestea reprezintă: resursele financiare, tehnice, umane și locale; canalele de achiziție; instrumentele de producție.
5	Realizarea	Planuri detaliate: achiziționarea materialelor, pașii de producție, angajare și instruire a oamenilor, bugete.
6	Controlarea	Este control continuu al rezultatelor (incluzând și satisfacția clientului) și folosirea lor pentru îmbunătățirea producției, vânzărilor și a procesului de distribuție.



Concept de afaceri: Instrument de management pentru atingerea obiectivelor

	Performanță	Finanțe	Învățare
Obiective	Produse: sortimente și cantități Piață: nevoi, grupuri și regiuni țintă	Profit și rezerve, capital și structura costului	Parteneriat cu angajați și parteneri externi
Scop și resurse	Număr de angajați, vânzări, producție, servicii, distribuție	Necesar de capital, structura capitalului	Resurse și priorități
Metode și instrumente	Achiziție, canale de vânzare, producție proprie, cumpărare, eficiență, timp de producție	Lichidități, profit și pierderi, debitori, acțiuni și active	Cod de conduită, verificarea performanței, balanced score card

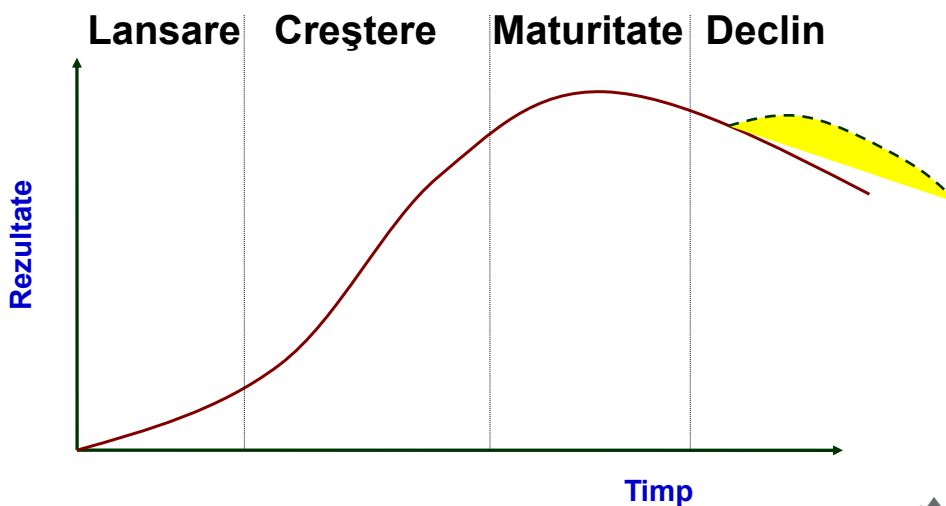
Întrebări cheie ale strategiei de afaceri

1. Care sunt nevoile pieței pe care dorim să le satisfacem prin produsele și serviciile oferite? definirea poziției companiei
2. Care sunt cerințele pentru calitate, preț, prezentare, inovație pe care dorim să le atingem? definirea grupului țintă (incluzând extinderea geografică; vezi cei 5P din Marketing)
3. Care sunt perspectivele de creștere ale companiei (venit, profit, număr de clienți, număr de angajați, extinderea pieței și a produsului)?
4. Ce fel de obiective avem pentru utilizarea profitului incluzând obiectivele structurii viitoare de capital (dependența de bănci și de alții)?
5. Cine vor fi partenerii noștri pe piață (clienți-cheie, furnizori, companii de logistică, competitori)? Ce așteptăm de la ei și ce le putem noi oferi lor?
6. Care este satisfacția angajaților și ce fel de sugestii pentru îmbunătățire avem?

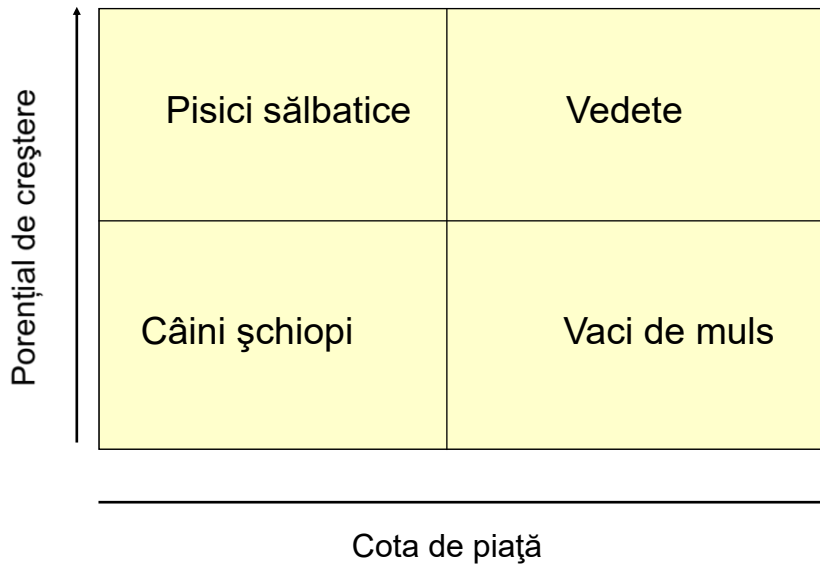
Analiza pieței: Cunoaște-ți grupul țintă

Tipul de analiză	Tipul de întrebare Exemplu: produs sigur	Răspunsuri
Întrebări Da / Nu	Ești interesat să cumperi un seif?	<input type="radio"/> Da <input type="radio"/> Nu
Întrebări de selecție	Unde/ în ce scopuri vei folosi seiful?	<input type="radio"/> privat <input type="radio"/> afacere <input type="radio"/> privat și afacere
Întrebări de prioritate și sugestii	Care sunt cele mai importante riscuri de securitate pentru tine (1 = foarte important, 5 = relativ neimportant)	<input type="radio"/> Furt <input type="radio"/> Incendiu <input type="radio"/> Inundație <input type="radio"/> Altele, de exemplu...
Întrebări de interval	Cât de importante sunt următoarele întrebări de securitate pentru tine? a) Siguranța banilor b) Siguranța casei c) Siguranța camerelor	1=foarte, 5=deloc 1 2 3 4 5 a) <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> b) <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> c) <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>

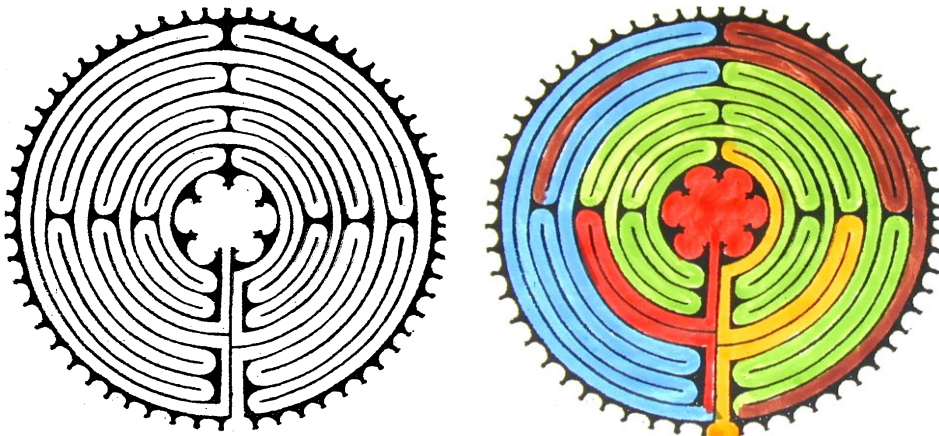
Ciclul de viață al produsului



Matricea de analiză a portofoliului



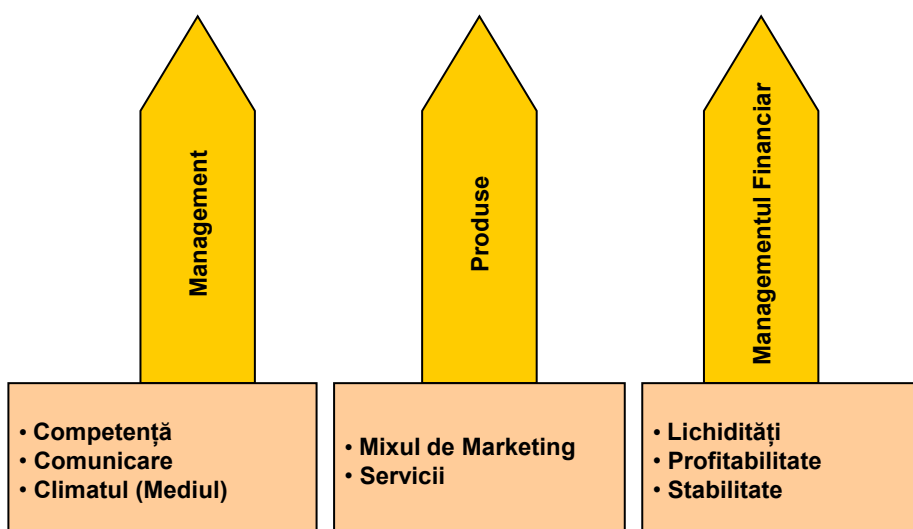
Niciodată, niciodată, niciodată nu renunța!



Capcana banilor



Cei 3 piloni ai succesului

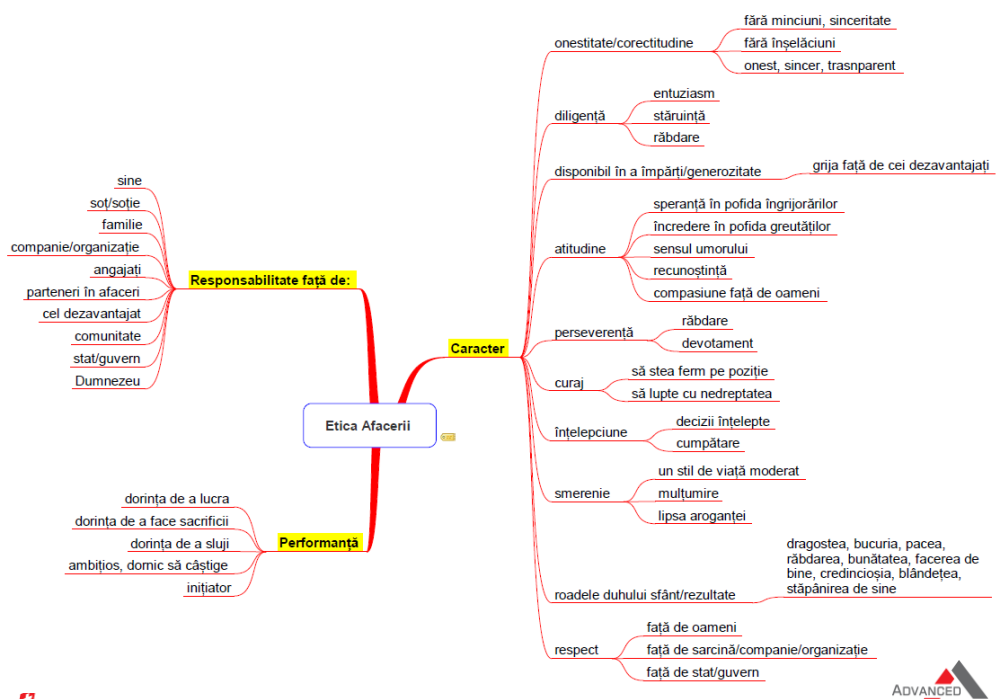


Separați banii personali de banii de afaceri

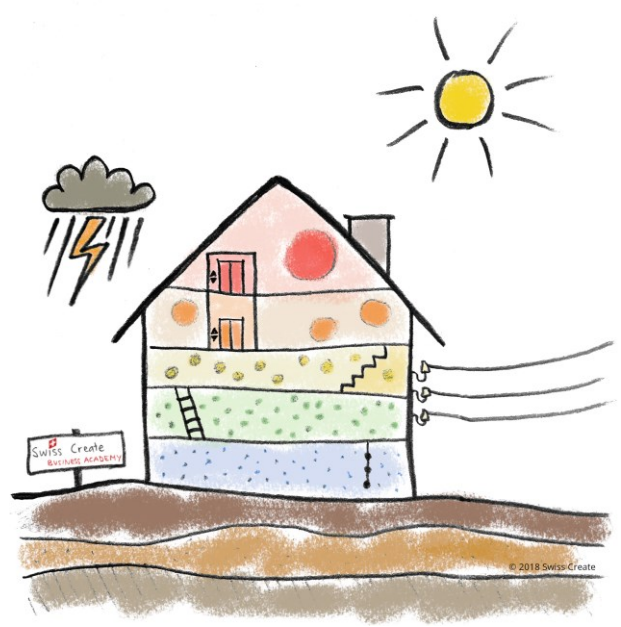


Cele 5 nivele de afaceri

Tipuri de afaceri	Nevoi	Elementele programului
IMM-uri cu potențial de creștere (internațional)	Evadarea din capcana veniturilor medii Afaceri internaționale/globale Strategia-cheie: creștere	Instruiri executive: inovație, știință, tehnologii, creativitate, infrastructură Cooperare cu universități
IMM-uri (concentrarea pe Medii, preponderent la nivel național)	Cunoștințe specifice competitivitate eficiență finanțare Strategia-cheie: competitivitate	Seminare specifice Optimizarea proceselor, 5S Premii Conferințe
IMM-uri (la nivel local)	Seminare de afaceri clasice etapa de lansare dezvoltare Acces la împrumuturi Strategia-cheie: poziționare	Seminare de bază: Modele de afaceri Marketing Management financiar Leadership
Afaceri de familie (înregistrate)	Mentori în afaceri Seminare de afaceri în familie Acces la împrumuturi Strategia-cheie: profesionalism	Training pentru mentori Fonduri de împrumut locale Conferințe pentru mentori Cercetări de piață
Micro-afaceri (neînregistrate) (generarea veniturilor)	Mentori în afaceri Fonduri de inițiere Strategia-cheie: inspirație	Mentori locali Fonduri locale Cooperarea cu instituțiile guvernamentale, biserici și organizații sociale



Casa Swiss Create





Creează prosperitate și fericire pentru oameni

Afacerea este mai mult decât bani. Este despre oameni.



Mentalitatea unui antreprenor

Învăță să gândești ca un antreprenor.



Viziune și strategii de afaceri

Lasă-te inspirat și fii o inspirație pentru alții.



Managementul riscurilor

Identifică și minimizează riscurile până nu e prea târziu.



Valorile - baza unei afaceri durabile

Angajații vor face orice pentru a atinge valorile înalte.



5 nivele: de la afaceri foarte mici până la IMM-uri internaționale

Fiecare nivel are nevoi și instrumente individuale.



Strategii de creștere și de avansare pe nivele

Vezi ceea ce nu se vede și acționează corespunzător.