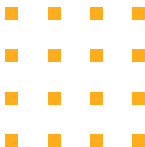


**Management strategic orientat
către impact în cadrul
antreprenorialului social.
Strategie focalizată pe impact.**



Lucia UȘURELU

- ❑ Consultant, Trainer, Coacher, Mentor
- ❑ și Fondator la ProEntranse- servicii de consultant pentru companii si antreprenori
- ❑ Consultant financiar de peste 21 ani
- ❑ Consultant în peste 60 de firme din Moldova și România



Subiectele modului:

1. Strategia și gândirea sistemelor orientat către impact în cadrul antreprenoriatului social corporative;
2. Management strategic orientat către impact;
3. Dualitatea și tensiunile dintre modelele de afaceri și de impact;
4. Realizarea studiului de piață în ceea ce privește nevoia de achiziții de produse și servicii economice,
5. Elaborarea – unui model referitor la realizarea unui studiu de piață în ceea ce privește nevoia socială
6. Studiu de caz
7. Întrebări și Răspunsuri

Strategia și gândirea sistemelor orientat către impact in cadrul antreprenoriatului social corporative;

- Antreprenoriatul social este zona în care se întâlnesc sectorul privat și voluntariatul.

Fondatorii acestor întreprinderi combină conștiința socială cu abilitățile comerciale. Pentru ei, responsabilitatea socială nu este un “extra” ci este esența.

- Dezvoltarea economiei sociale, pe scara largă, la nivel european în ultimii 20 de ani, a avut un impact deosebit în acele țări, unde acesta s-a dezvoltat în paralel cu modelul antreprenoriatului clasic.

Strategia și gândirea sistemelor orientat către impact in cadrul antreprenoriatului social corporative;

- CONCEPTUL DE ECONOMIE SOCIALĂ ȘI PRINCIPALELE ABORDĂRI
- Prioritatea acordată individului și obiectivelor sociale față de capital
- Asocierea voluntară și deschisă
- Controlul democratic al membrilor (nu se referă la fundații, deoarece acestea nu au membri)
- Combinarea intereselor membrilor/utilizatorilor și/sau a interesului general
- Apărarea și aplicarea principiului solidarității și responsabilității
- Gestionarea autonomă și independența față de autoritățile publice
- Majoritatea excedentelor sunt utilizate pentru atingerea unor obiective de dezvoltare durabilă și pentru prestarea unor servicii de interes pentru membri sau de interes general.

Strategia și gândirea sistemelor orientat către impact in cadrul antreprenoriatului social corporative;

CONCEPTUL DE ECONOMIE SOCIALĂ ȘI PRINCIPALELE ABORDĂRI

- Prioritatea acordată individului și obiectivelor sociale față de capital
- Asocierea voluntară și deschisă
- Controlul democratic al membrilor (nu se referă la fundații, deoarece acestea nu au membri)
- Combinarea intereselor membrilor/utilizatorilor și/sau a interesului general
- Apărarea și aplicarea principiului solidarității și responsabilității
- Gestionarea autonomă și independența față de autoritățile publice
- Majoritatea excedentelor sunt utilizate pentru atingerea unor obiective de dezvoltare durabilă și pentru prestarea unor servicii de interes pentru membri sau de interes general.

Strategia și gândirea sistemelor orientat către impact in cadrul antreprenoriatului social corporative;



CONDIȚII PENTRU UN CADRU ANTREPRENORIAL ȘI INCLUZIV FAVORABIL DEZVOLTĂRII

» Cultură antreprenoriat social

» Politică publică / strategie

» Cadru legislativ favorabil

» Dezvoltarea de abilități antreprenoriale /
competențe profesionale

» Facilitarea accesului la piață și finanțare

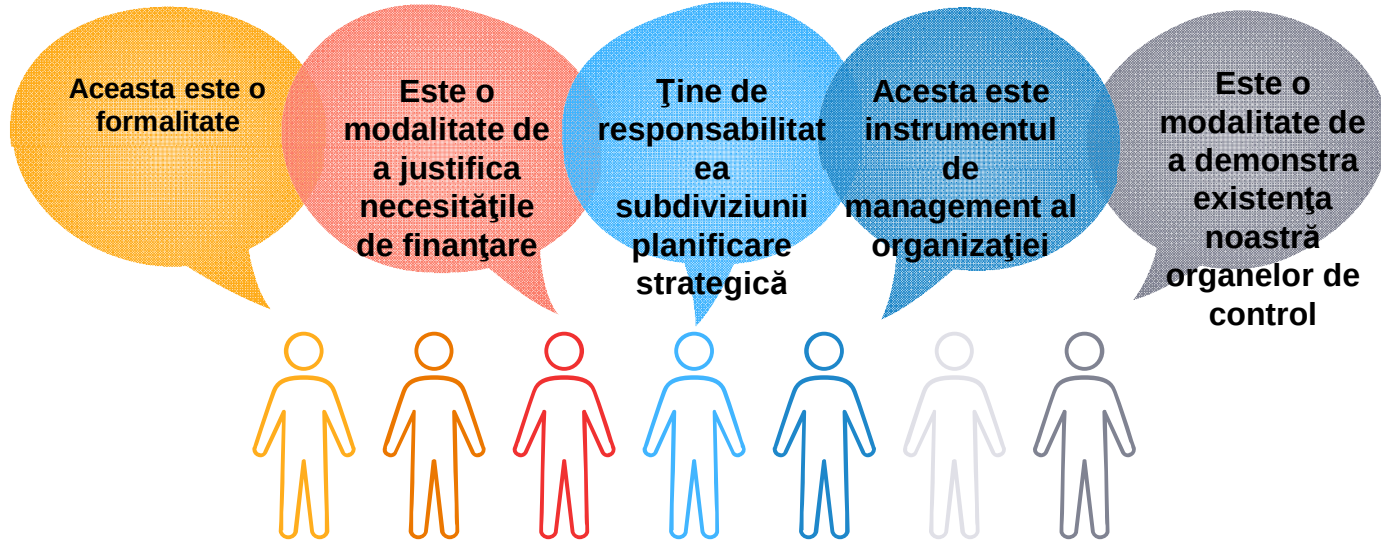
» Dezvoltarea de rețele / coalitii ale
actorilor sociali implicați în domeniu



2. Management strategic orientat către impact;

planificarea strategică





Care este abordarea Dvs.?

Strategic Planning Layers / Nivelurile procesului de planificare strategică

Planificarea strategică

01

Cadrul strategic: principii de dezvoltare socio-economică

Strategia sectorială: direcțiile și obiectivele politicilor de dezvoltare

Planificarea tactică

02

Planul strategic: stabilirea obiectivelor și activităților operaționale necesare pentru realizarea rezultatelor scontate

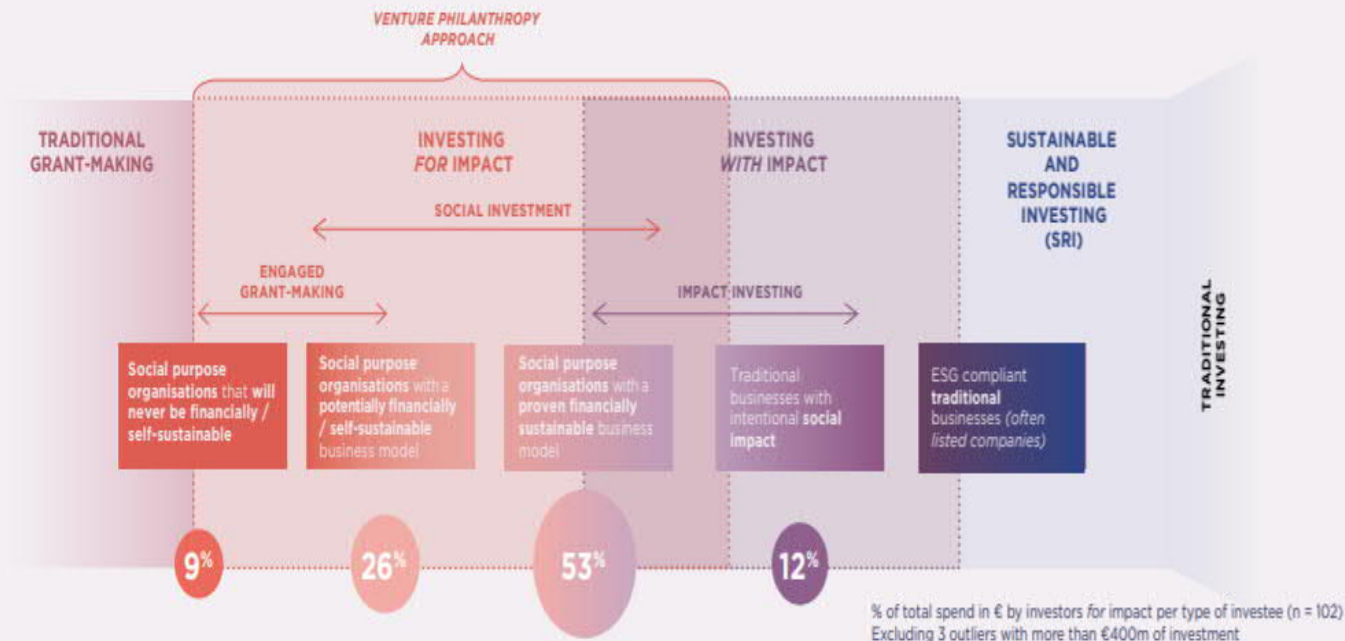
Planificarea operațională

03

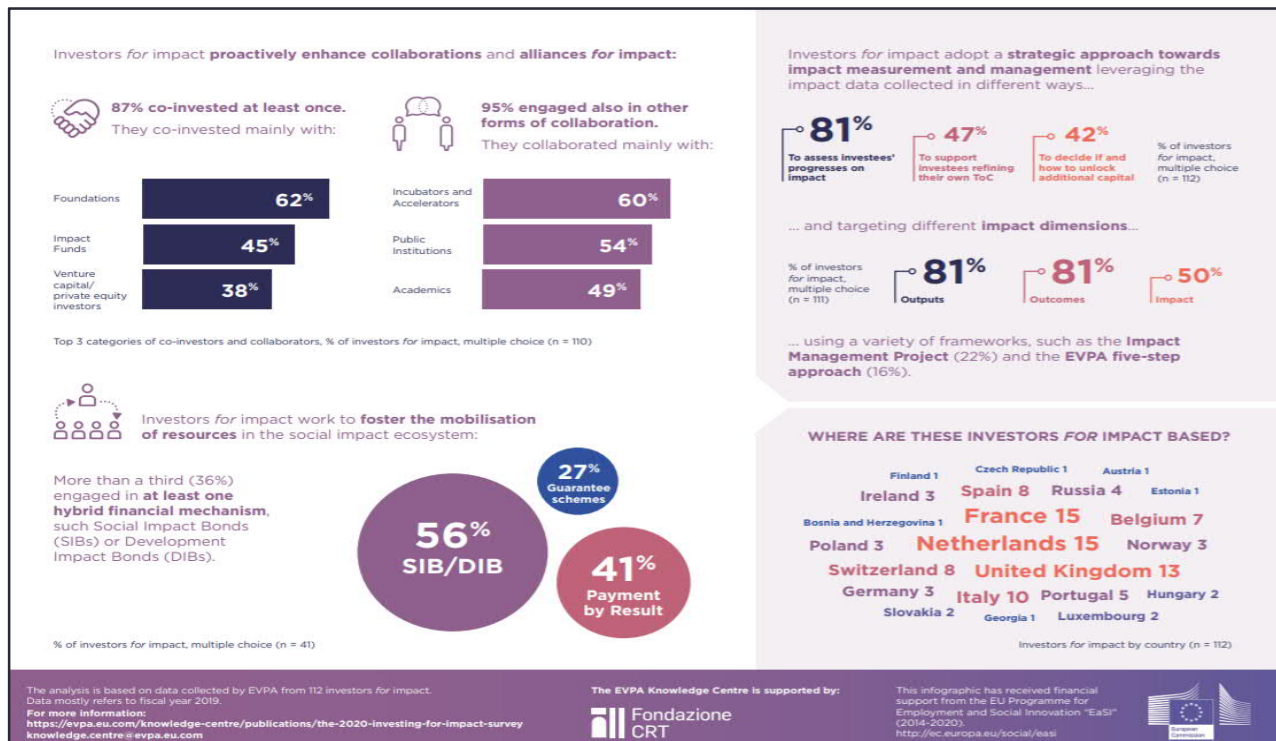
Planul de acțiuni: stabilirea măsurilor și acțiunilor necesare pentru realizarea obiectivelor

2. Management strategic orientat către impact;

Investors *for* impact support different types of social purpose organisations (SPOs)...



3. Dualitatea și tensiunile dintre modelele de afaceri și de impact



3. Dualitatea și tensiunile dintre modelele de afaceri și de impact

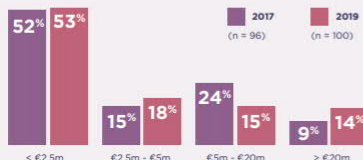
THE 2020 INVESTING FOR IMPACT SURVEY

A SNAPSHOT OF EUROPEAN INVESTORS FOR IMPACT



Investors for impact supported social purpose organisations (SPOs) with **€ 6.2 billion** in fiscal year (FY) 2019, of which **€ 4.9 billion** have been reported by survey respondents, of which **€ 2.9 billion** newly deployed in FY 2019

AVERAGE INVESTMENT PER INVESTOR FOR IMPACT



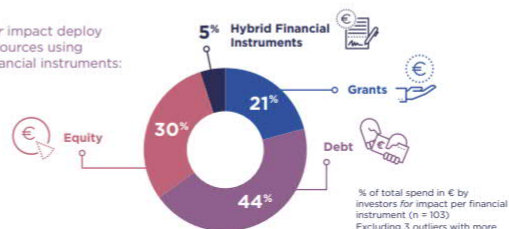
Average financial investment,
% of investors for impact per category in FYs 2017, 2019

AVERAGE INVESTED PER SPO

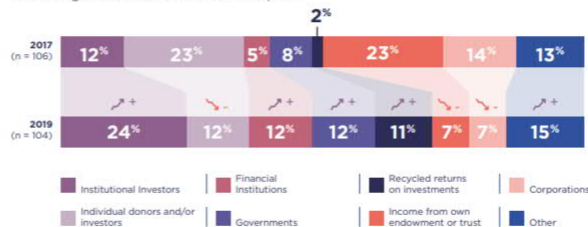


Average financial investment per SPO,
% of investors for impact per category in FYs 2017, 2019

Investors for impact deploy financial resources using different financial instruments:



... coming from different sources of capital:



Distribution of total funding made available to investors for impact by source in FYs 2017, 2019
Excluding 3 outliers with more than €400m of total budget

4. Realizarea studiului de piață în ceea ce privește nevoia de achiziții de produse si servcii economice

Ce este un Studiu de Piață?



4. Realizarea studiului de piață în ceea ce privește nevoia de achiziții de produse si servcii economice

- Principalele mijloace utilizate în Cercetarea de Piață sunt colectarea, centralizarea, analizarea și interpretarea datelor din piață referitoare la clienți, competitori, dimensiunile pieței, produse și servicii.
- Cu alte cuvinte, prin cercetare ne uităm atent la *ce se întâmplă pe piață*: care sunt nevoile consumatorilor, cum arată competitorii, ce oportunități și ce tendințe sunt.

4. Realizarea studiului de piață în ceea ce privește nevoia de achiziții de produse si servcii economice

- De ce ai face un studiu de piață?

4. Realizarea studiului de piață în ceea ce privește nevoia de achiziții de produse și servicii economice

Prin obiectivele sale, studiul de piață oferă un avans strategic față de competitori. El poate contribui semnificativ la rata de succes la conceperea unui produs. Cu ajutorul unui studiu de piață se pot lansa, testa și îmbunătăți produse și servicii.

În baza informațiilor colectate se pot lua decizii în cunoștință de cauză și, astfel, se diminuează riscurile.



4. Realizarea studiului de piață în ceea ce privește nevoia de achiziții de produse si servcii economice

Studiul de piață analizează comportamentul, atitudinea și opiniile publicului țintă. Acest lucru facilitează definirea și planificarea altor aspecte ce țin de Marketing:

promovarea,

evaluarea brandului,

e-marketing,

plan de business.

Se poate pune în aplicare o strategie de marketing adecvată pieței, într-un context bine definit.

5. Elaborarea – unui model referitor la realizarea un studiu de piață în ceea ce privește nevoia sociala;

Etapele de implementare

- Activitățile specifice sprijinite în cadrul apelului sunt structurate sub forma unei scheme pentru entități ale economiei sociale, care presupune parcurgerea a două etape de implementare:
- etapa I – sprijin pentru înființarea de noi întreprinderi sociale (maximum 12 luni)
- și etapa a II-a – implementarea planurilor de afaceri și monitorizarea funcționării întreprinderilor de acest tip (maximum 24 de luni).



5. Elaborarea – unui model referitor la realizarea un studiu de piață în ceea ce privește nevoia sociala;

■ Trenduri și Tendințe

- Trendul este elementul cheie în analiza tehnică având capacitatea de a indica direcția pieței la un moment dat. Urmărind direcția pieței, poți exploata oportunitățile și poți preîntâmpina nevoile clienților.
- Clienții îți vor spune tot ce trebuie să știi despre ei, important este să știi unde să te uiți. De cele mai multe ori, asta înseamnă să te uiți peste tot. În acest sens, sondajul de opinie vine în ajutor cu metode și instrumente de strângere și interpretare de date.

5. Elaborarea – unui model referitor la realizarea un studiu de piață în ceea ce privește nevoia sociala;

- Trendurile sunt importante întrucât indică *direcțiile de producție sau de consum*. Pe piață întotdeauna există companii care iau inițiativa și creează trenduri în rândul consumatorilor. De aceea este important să cunoști abordările competitorilor.
- Un studiu de piață îți permite să afli care sunt trendurile și cum poți să te aliniezi la ele sau, de ce nu, cum să dai tu tonul unora noi. Pretul nu mai este un factor decizional în alegerea unui brand sau a altuia.
- *Experiența oferită clienților* contează din ce în ce mai mult, iar interacțiunea cu brandul cântărește în luarea deciziei finale. Clienții se îndreaptă către companiile care au capacitatea de a le răspunde nevoilor nu doar la standarde înalte, ci și într-un mod plăcut.

5. Elaborarea – unui model referitor la realizarea un studiu de piață în ceea ce privește nevoia sociala;

IMPORTANTA STUDIULUI DE FEZABILITATE



Intrebari si Raspunsuri

