****

****

**PLAN DE AFACERI**

***(denumirea afacerii, planului de afaceri)***

***Aplicat în cadrul Concursului planurilor de afaceri „Start-UP EDU”,***

***organizat în cadrul Proiectului „Incluziunea socială și profesională a tinerilor NEET” implementat de AO Asociația Umanitară „Filantropia Creștină”, finanțat de***

***Uniunea Europeană și cofinanțat de Suedia prin intermediul Fundației Est-Europene.***

***(Nume și Prenume Beneficiar*)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**- 2023–**

**Cuprins:**

1. **DATE GENERALE DE IDENTIFICARE**
2. **SCOPUL ȘI OBIECTIVELE AFACERII** 
   1. ***Scopul afacerii***
   2. ***Obiective pe termen scurt (mai puțin de 1 an)***
   3. ***Obiective pe termen mediu (între 1-3 ani)***
3. **DESCRIEREA PRODUSUL**
4. **PARTENERI CHEIE ȘI FURNIZORII**
5. **DESCRIEREA PIEȚEI DE DESFACERE**
6. **MARKETING ȘI PROMOVARE**
7. **CANALE DE COMUNICARE**

# **DATE GENERALE DE IDENTIFICARE**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **1. Numele firmei și forma de organizare:** | *(completați denumirea propusă pentru firmă, dacă compania încă nu este înregistrată)* | |
| **2. Activitatea/activitățile principale ale companiei:** |  | |
| **3. Asociat majoritar:** |  | |
| **4. Reprezentant legal:** |  | |
| **5. Adresa:** |  | |
| **6. Telefon:** |  | |
| **7. E-mail:** |  | |
| **8. Localitatea înființării sediul social al firmei și/sau punctele de lucru** |  | |
| **9. Asociaţi sau acționari:** | | |
| **Numele şi prenumele** | **Domiciliu** | **Ponderea în capital social** |
|  |  |  |
|  |  |  |

**!Dacă compania nu a fost înregistrată indicați datele depunătorului**

**!Se anexează documentele de identitate ale beneficiarului și ale acționarilor**

## SCOPUL ȘI OBIECTIVELE AFACERII

|  |
| --- |
| Scopul afacerii |
|  |
| Obiective pe termen scurt (mai puțin de 1 an) |
|  |
| Obiective pe termen mediu (între 1-3 ani) |
|  |

## DESCRIEREA PRODUSULUI

|  |
| --- |
| *În ce constă valoarea produsului pentru cumpărător? Ce problemă a cumpărătorului nostru rezolvăm, ce nevoi ale cumpărătorului satisfacem?* |

## PARTENERI CHEIE/ FURNIZORII

|  |
| --- |
| *Cine sunt partenerii/ furnizorii Dvs. cheie? Furnizorii firmei (cerinţele faţă de materia primă şi materiale şi determinarea furnizorilor principali);*  *(Descrieți motivațiile creării unor parteneriate, de exemplu optimizarea activității și economiile la scală, reducerea riscului și a incertitudinii, achiziția anumitor resurse și servicii etc. Analizați furnizorii care vă pot asigura resursele necesare, în cantitățile necesare, prețul, calitatea acestora. Stabiliți furnizorii cu care veți colabora.)* |

## DESCRIEREA PIEȚEI DE DESFACERE

|  |
| --- |
| *Pentru cine creăm valoare? Cine sunt cei mai importanți clienți ai noștri?*  *Descrie produsul sau serviciul. care este elementul distinctiv care va diferentia produsul/serviciul tau de celelalte existente pe piata? Cum va fi realizat si livrat? are sunt principalii tai competitori? Care sunt punctele lor tari si punctele lor slabe?*  *Avantajele produselor şi serviciilor(tehnologii şi utilaje, experienţă în activitate, parteneriate cu alţi producători, calitatea produselor, etc.);*  *(Vă rugăm să faceți o analiză a consumatorilor după diferite criterii: demografice, preferințe, ocupații, venit mediu, determinați care va fi segmentul afacerii dvs. de consumatori și câți clienți estimați să aveți în perioade determinate de timp. realizați o scurtă descriere a modului în care veți interacționa cu clienții.* |

### 

## MARKETING ȘI PROMOVARE

|  |
| --- |
| *Care sunt activitățile cheie pentru a pune în aplicare propunerea de valoare și a aduce profit?*  *(Vă rugăm să faceți o analiză a produselor deja existente pe piață similare cu produsul oferit în cadrul afacerii dvs., încercați să determinați/să estimați care va fi tendința cu privire la preferințele de consum, riscul privind posibilitatea substituirii produsului dvs. cu alte produse)*  *Strategia de marketing şi vînzări (Produs, canalele de distribuţie;, Plasament, Promovare, strategia de intrare pe piaţă; mecanismul şi instrumentele de promovare.):*  *strategia de preţ;*  *Cine este clientul tau?* |

## CANALE DE COMUNICARE

|  |
| --- |
| *Prin ce canale segmentul Dvs. de utilizatori doresc să le comunicați? Care canal funcționează cel mai bine, care este mai eficient ca și cost?*  *(Vă rugăm să descrieți metodele de promovare aplicate: mass media, evenimente publice, expoziții, târguri, canale online (website, rețele de socializare, e-mail etc.) promovare prin discuții directe, panouri publicitare, pliante, broșuri etc.)* |

### 