

Olimpiada Națională a Economiștilor în Formare

Competiția de planuri de afaceri – faza locală

PLAN DE AFACERI

Denumire firmă / idee de afaceri

Nume și prenume student/ți:.....

Cadru didactic coordonator:.....

Facultatea de Științe Economice

Programul de studii și anul:.....

Universitatea “Ovidius” din Constanța

Constanța

Obs. Acesta este doar un template care poate fi modificat astfel încât să se potrivească mai bine specificului firmei/ideii de afacere. Pot fi folosite în cadrul planului de afaceri, pentru oferirea unei imagini cât mai complete și clare asupra acestuia, instrumente precum Business Model Canvas, Lean Canvas, Diagramă Gantt etc.

Rezumatul planului de afaceri

Sumarizarea celor mai importante aspecte ale planului de afaceri cu accent pe:

- descrierea produsului/serviciului oferit
- relevanța ideii de afacere
- descrierea pieței
- descrierea structurii de management
- avantaje competitive
- previziuni financiare

Recomandare – aici se poate insera și un logo al firmei, eventual slogan

1. Descrierea afacerii

1.1. Prezentare generală a firmei și a domeniului de activitate

Se vor menționa denumirea firmei, codul CAEN principal, forma de organizare, adresa unde își va desfășura activitatea, acționari, cote de participare, etc.

1.2. Viziune și obiective

Se vor oferi detalii despre valorile respectate și starea ideală proiectată în viitor.

Cum va arăta afacerea peste 3-5 ani (extindere, noi produse/servicii, parteneriate, etc.)

Care sunt obiectivele strategice ale firmei?

1.3. Descrierea produselor/serviciilor comercializate

Se vor oferi cât mai multe detalii despre:

- caracteristicile produsului/serviciului produs/comercializat. În cazul în care afacerea se bazează pe producție, se pot insera poze cu un prototip al produsului. Se vor oferi cât mai multe detalii despre produsul/serviciul produs/comercializa pentru a îi ajuta pe cei care vor citi planul de afaceri să înțeleagă ideea de afacere.

- segmentele de consumatori vizate. Care este publicul țintă și cum arată clientul ideal pentru această afacere?

- strategia de preț.

1.4. Valoarea oferită clienților/ Avantajul competitiv

Ce problemă rezolvă afacerea? Ce nevoi satisface afacerea? În ce constă caracterul inovativ? După cum se cunoaște deja, întotdeauna este loc pe piață pentru un produs/serviciu bun. Însă un produs/serviciu este bun atâta timp cât rezolvă o problemă resimțită de un număr suficient de consumatori sau satisface o nevoie.

1.5. Relevanța planului de afaceri

Se va evidenția care este plusul de valoare oferit societății. De preferat a se preciza relevanța planului de afaceri în raport cu potențialul de creștere, cu protejarea mediului, cu extinderea digitalizării sau cu alți factori cu impact social pozitiv.

2. Analiza pieței și a modului de operare

2.1 Poziționarea pe piață relativ la concurență

Detaliere a concurenței, a modalităților de diferențiere

Elementul de noutate/ unicitate - Convinge că afacerea aduce ceva nou pe piață!

2.2. Planul operațional

Care sunt principalele activități de realizat în vederea implementării planului de afaceri?

Care sunt resursele umane implicate în activitatea firmei? Dar cele materiale, financiare, informaționale?

Identificarea potențialilor parteneri și furnizori

2.3. Strategia de promovare și vânzare a produselor/serviciilor

Detalii despre modalitățile de promovare, dar și de distribuție/livrare a produselor și serviciilor

Care sunt riscurile la care este supusă afacerea și cum se poate pregăti firma pentru a le diminua efectele?

3. Proiecții financiare

3.1. Fluxul de venituri și proiectul de investiții

Detalii despre cum sunt generate veniturile (ex. vânzare produs/serviciu, abonament, reclamă etc.)

Detalii preț produse/servicii, tip tarif fix/dinamic/diferit în funcție de segmentul de clienți

Surse potențiale de finanțare

3.2. Structura costurilor

Detalii legate de cele mai importante costuri (primele 6 luni de funcționare) - chirie, utilități, cheltuieli amenajare spațiu, echipamente, personal, marketing, servicii financiar-contabilitate, cheltuieli juridice, cheltuieli materii prime, etc.

3.3. Indicatori de performanță

Detalierea indicatorilor urmăriți precum - prag de rentabilitate, previziuni ale vânzărilor, etc.

Anexe

Opțional, dacă este cazul