Axa prioritară 4: Incluziunea socială și combaterea sărăciei

Titlu proiect: ***„Măsuri integrate in comuna Jurilovca - Pasi spre dezvoltare locală sustenabilă!”***

Cod SMIS proiect:114955

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

*Denumire plan afaceri*

*Numele viitoarei societati(SRL)*

*Adresa viitoarei societatii*

*Date de contact ( telefon, adresa de e-mail)*

*Numele si prenumele care propune planul de afaceri*

**Domeniul de activitate**

*in care domeniu de activitate functioneaza firma nou infiintata? (pentru concursul de planuri de afaceri sunt eligible numai afacerile Non-Agricole)*

|  |
| --- |
| Domeniul principal de activitate al noii firme (conform C.A.E.N.): |
| Ativitate principala |
| Alte activitati (conform C.A.E.N.): |

1. **DESCRIEREA AFACERII**
	1. **Prezentati viziunea, misiunea, obiective:**

*Misiunea reprezintă prima componentă a strategiei prin care se prezintă într-o abordare sintetică scopurile fundamentale ale organizaţiei, raţiunea pentru care ea există, activităţile desfăşurate şi filozofia desfăşurării acestora, elementele prin care organizaţia se diferenţiază de alte organizaţii.*

*Un obiectiv este un pas spre atingerea unui scop. Un scop este o viziune a unei stări ideale şi exprimă ceea ce se doreşte a se realiza în viitor. Obiectivele trebuie să descrie în mod specific ceea ce trebuie şi când trebuie îndeplinit. Obiectivele se prezintă pe termen lung şi pe termen scurt. O importanţă deosebită pentru a se realiza un plan de afaceri viabil o are stabilirea intervalul de timp pentru care se pot face previziuni realiste. Acest interval diferă de la afacere la afacere şi depinde în primul rând de dinamismul mediului în care are loc afacerea respectivă. Pentru afacerile din domenii în care schimbările sunt deosebit de accelerate, unde durata de viaţă a produselor este deosebit de redusă şi înregistrează o tendinţă de reducere continuă, previziuni realiste se pot realiza pentru intervale de timp mult mai reduse decât atunci când este vorba de afaceri din domenii de activitate ce se caracterizează printr-o relativă stabilitate a mediului ambiant. Obiectivele se pot referi la aspecte financiare, la marketing, la resursele umane, la relaţiile publice, la alte domenii ale firmei.*

**1.2** **Forma de organizare a viitoarei a afacerii:** SRL (societate cu raspundere limitata)

**1.3** **Numele complete ale acţionarilor administratorilor, cote de participare vizate.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Nume şi prenume şi vârsta | Nr de actiuni | Cota de participare |
|  |  |  |
|  |  |  |
| Total | 100 | 100 % |

## 1.4 Managementul intreprinderii

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nume şi prenume şi vârsta** | **Funcţia propusa şi principalele responsabilităţi pe scurt** | **Experienţa în domeniul în care se doreşte realizarea investiţiei** | **Studii/Specializări cu impact asupra afacerii propuse** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

* 1. **Politica de Resurse Umane a intreprinderii**

**1.5.1 Prezentati politica de resurse umane** *(recrutare, selectie, angajare, motivare/salarizare personal,etc);*

**1.5.2 Schema organizatorica** (*prezentati o organigrama*);

**1.5.3 Personalul**

**a. Precizati (Obligatoriu) cate locuri de munca sunt create de firma.....**

1. **Precizati ( Obligatoriu) perioada minima pentru care va mentineti angajatii (Luni) ....**
* *Ce calificare/experienta le este necesara? Ce programe de calificare/instruire previzionati pentru personalul firmei?*
* *Unde veti gasi angajatii necesari? (Prezentati succint un plan de recrutare si selectie personal)*
* *Care sunt elementele de inovare sociala pe care le aplicati in procesul de recrutare, instruire/specializare si retribuire personal?*
* *Detaliati modalitatea de aplicare a principiilor egalitatii de sanse/non-discriminare, egalitate intre femei si barbati in cadrul procesului de recrutare, instruire si retribuire a personalului.*

 *(Atasati descrierea posturilor - fisa postului, lista personalului implicat)*

***IMPORTANT:*** *In procesul de conducere, selectie si recrutare personal trebuie aplicate conceptele si principiile de Inovare si incluziune sociala, egalitate de sanse, nediscriminare si accesibilitate a persoanelor cu dizabilitati la locul de munca.*

* 1. **Localizare sediu social, punct de lucru (dupa caz)**

*Localitatea \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, Comuna Jurilovca, Judetul Tulcea.*

**1.7 Obiectivele firmei** *Unde vrei sa ajungi intr-un interval de 2 ani. Fixati-va obiective cuantificabile !*

*Exemple de obiective:*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| *Nr.**crt.* | *Obiective (Indicatori tinta)* | *UM* | *Anul 0 (implementare)* | *Anul 1* |
| *1.* | *Cifra de afaceri* | *Lei* |  |  |
| *3.* | *Profit* | *Lei* |  |  |
| *2.* | *Nr. Angajati\*\** | *Nr.pers* |  |  |

*Exemple de obiective:*

 *economice: dividendele; valoarea acţiunii; eficienţa capitalului; profitul şi rata profitului; cifra de afaceri; productivitatea muncii; calitatea produselor şi serviciilor.*

*sociale: controlul poluării; cooperarea cu autorităţile; sistemul de salarizare; oferta de produse; cererea de resurse.*

***\**** *Beneficiarii schemei de ajutor de minimis au obligatia de a mentine investitia finantata in cadrul prezentei scheme de ajutor pentru o perioada de cel putin 19 luni de la data infiintarii.*

*\*\* In cadrul intreprinderii nou infiintate se va crea, la cel tarziu 6 luni de la semnarea contractului de ajutor de minimis, cel putin 1 loc de munca, iar acesta va fi mentinut cel putin 7 luni dupa primele 12 luni de la infiintarea intreprinderii*

**1.8 Analiza SWOT a afacerii**

 ***( S****trenghts**– Puncte Tari;* ***W****eaknesses – Puncte Slabe;* ***O****pportunities - Oportunitati;* ***T****hreats - Pericole/Amenintari) Analiza punctelor tari si a celor slabe ale intreprinderii realizata in prezent/in faza de inceput a activitatii firmei, respectiv analiza amenintarilor si a oportunitatilor din mediul in care functioneaza aceasta realizata in viitor / pe parcusul dezvoltarii activitatii de productie/prestari servicii a firmei, precum si justificarea activitatilor propuse pentru a elimina/imbunatati punctele slabe si a evita pe cat posibil pericolele si amenintarile.*

|  |  |
| --- | --- |
| **S**trenghts– Puncte Tari | **W**eaknesses – PuncteSlabe |
| *Minim 3 puncte* | *Minim 3 puncte* |
|  |  |
|  |  |
| **O**pportunities- Oportunitati | **T**hreats- Pericole/Amenintati |
| *Minim 3 puncte* | *Minim 3 puncte* |
|  |  |
|  |  |

**1.9** **Descrierea proiectului de investiţii**

*Precizaţi în ce constă proiectul (înfiinţarea unei capacităţi de producţie/servicii şi care sunt principalele activităţi necesare pentru realizarea acestuia ex: amenajare spaţiu, asigurare utilităţi şi achiziţie echipamente specifice activităţii, obtinere autorizatii, chirie spatiu, salarii, materie prima, materiale consumabille, etc). Descrieti procesul de productie / de realizare a serviciilor Dvs. si etapele de baza, timpul si fondurile necesare fiecareia. Cum veti organiza fluxul de productie/de realizare a serviciilor?Descrieti resursele materiale necesare activitatii previzionate: materii prime, materiale, utilitati, echipamente, masini, spatii, cladiri, terenuri, licente, etc*

**1.10** **Justificați necesitatea realizării investiției.**

**1.11** **Prezentati Strategia de implementare a planului de afaceri** *(obiective specifice pe perioada realizarii investitiei, activitati investitionale, rezultate previzionate, indicatori, riscuri)*

**1.12** **Locaţie proiect**

*Locul implementarii proiectului: ....................................., judet .............................Regiune de dezvoltare: ..............................*

* *Descrieți locul de implementare și exploatare a investiției.* *Aspecte relevante în acest sens: modul în care se realizează accesul la imobilul ce face obiectul investiției/clădirea/spațiul unde se vor monta/instala si utiliza utilajele și echipamentele (suprafețe, funcțiuni, act doveditor privind proprietatea sau dreptul de utilizare etc), inclusiv starea utilităților la care are acces imobilul autorizații, avize și acorduri necesare pentru implementarea și exploatarea investiției (se poate atasa o schita de amplasare a mijloacelor fixe ce urmeaza a fi achizitionate)*

*În cazul în care activitatea aferentă proiectului se va derula într-un spaţiu închiriat precizaţi principalii parametrii estimati: suprafaţă închiriată, perioadă de închiriere, valoare chirie, etc.*

**1.13** **Bugetul estimativ al investitiei**

* *Detaliati structura investitiei in contextul procesului tehnologic descris la Capitolul 1.9*
* *Estimati valoarea investitiilor in active fixe necesare pentru realizarea fluxului tehnologic planificat (masini, utilaje, echipamente, licente, tehnologii, etc.)*
* *Estimarea costurilor de achizitie pentru masini si echipamente de productie/prestari servicii se realizeaza pe baza ofertelor principalilior furnizori pentru tipul de masini si echipamente incluse in planul de achizitie.*
* *Perioada de amortizare normata este conforma legii amortizarii nr 15/1994 actualizata.*
* *Detaliati si estimati valoarea pentru alte cheltuieli anterioare activitatii de productie/prestari servicii: taxe si servicii pentru infiintarea firmei, obtinerea autorizatiilor de functionare, etc.*

Tabel Structura Investitiei

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Nr. Crt.* | *Element de investiţie* | *Număr* | *Valoare unitara* | *Valoarea totală fara TVA - lei* | *Valoarea TVA* | *Valoarea TVA* | *Valoare eligibila*  |
| */ Cheltuieli operationale*  | *Bucăţi* | *nedeductibil* | *deductibil* |
| *Denumire* |   |   |   |
| **ACTIVE CORPORALE**  |
| **1** | **Echipamente, inclusiv echipamente IT**  |  | **0,00** | **0,00** | **0,00** | **0** | **0,00** |
| 1.1. |   |   |   | 0,00 | 0,00 |   | 0,00 |
| 1.2. |   |   |   | 0,00 | 0,00 |   | 0,00 |
| 1.3. |   |   |   | 0,00 | 0,00 |   | 0,00 |
| 1.4. |   |   |   | 0,00 | 0,00 |   | 0,00 |
| 1.5. |   |   |   | 0,00 | 0,00 |   | 0,00 |
| 1.6. |   |   |   | 0,00 | 0,00 |   | 0,00 |
| 1.7. |   |   |   | 0,00 | 0,00 |   | 0,00 |
| 1.8. |   |   |   | 0,00 | 0,00 |   | 0,00 |
| 1.9. |   |   |   | 0,00 | 0,00 |   | 0,00 |
| 1.10. |   |   |   | 0,00 | 0,00 |   | 0,00 |
| 1.11. |   |   |   | 0,00 | 0,00 |   | 0,00 |
| 1.12. |   |   |   | 0,00 | 0,00 |   | 0,00 |
| 1.13. |   |   |   | 0,00 | 0,00 |   | 0,00 |
| 1.14. |   |   |   | 0,00 | 0,00 |   | 0,00 |
| 1.15. |   |   |   | 0,00 | 0,00 |   | 0,00 |
| **2** | **Mobilier, aparatură birotică şi sisteme de protecţie a valorilor umane şi materiale** |  | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** |
| 2.1. |   |   |   | 0,00 | 0,00 |   | 0,00 |
| 2.2. |   |   |   | 0,00 | 0,00 |   | 0,00 |
| 2.3. |   |   |   | 0,00 | 0,00 |   | 0,00 |
| 2.4. |   |   |   | 0,00 | 0,00 |   | 0,00 |
| 2.5. |   |   |   | 0,00 | 0,00 |   | 0,00 |
| 2.6. |   |   |   | 0,00 | 0,00 |   | 0,00 |
| 2.7. |   |   |   | 0,00 | 0,00 |   | 0,00 |
| **SUBTOTAL ACTIVE CORPORALE**  | **0,00** | **0,00** | **0,00** | **0,00** |
| **ACTIVE NECORPORALE ȘI ALTE CHELTUIELI**  |
| **8** | **Salarii, utilități, chirii, servicii de contabilitate** |  | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** |
| 8.1. |   |   |   | 0,00 |   |   | 0,00 |
| 8.2. |   |   |   | 0,00 |   |   | 0,00 |
| 8.3. |   |   |   | 0,00 |   |   | 0,00 |
| 8.4. |   |   |   | 0,00 |   |   | 0,00 |
| 8.5. |   |   |   | 0,00 |   |   | 0,00 |
| 8.6. |   |   |   | 0,00 |   |   | 0,00 |
| **9** | **Pagină web pentru prezentarea și promovarea activităţii inclusive cheltuieli de promovare on-line.** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** |
| **9.1.** |  |  |  | **0** | **0** |  | **0** |
| **10** | **Brevete de inventie, francize, etichetare ecologică** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** |
| **10.1.** |  |  |  | **0** | **0** |  | **0** |
| **11** | **Cursuri de dezvoltare a abilităţilor antreprenoriale** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** |
| 11.1. |   | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **13** | **Software-uri necesare desfăşurării activităţii, inclusiv licenţe și software pentru comerţul on-line** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** |
| 13.1. |   | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **SUBTOTAL ACTIVE NECORPORALE ȘI ALTE CHELTUIELI**  | **0,00** | **0,00** | **0,00** | **0,00** |
| **TOTAL GENERAL** | **0,00** | **0,00** | **0,00** | **0,00** |

*Se vor ataşa oferte ale elementelor de investiţii care se doresc a fi achiziţionate în cadrul proiectului;*

**1.14.** **Planul de implementare a investitiei** **- Graficul Gantt ( activitate/timp)**

*Elaborati graficul Gantt pe perioada de implementare si monitorizare, cu principalele etape necesare pentru pregatirea, realizarea investitiilor si punerea in functiune a acestora. Exemplu de completare:*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Activitate/luna** | **L0** | **L1** | **L2** | **L3** | **L 4** | **L5** | **L6** | **L7** | **L8** | **L9** | **L10** | **L11** | **L12** |
| 1. Infiintare /inregistrare firma ..... SRL/PFA/II
 | x |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| * 1. Contractare firma de avocatura pentru infiintare firma si asistenta juridica pentru achizitii
 | x |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Semnare contract co-finantare prin proiectul SANSE
 | x |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Amenajare si securizare spatiu punct de lucru
 |  | x |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| * 1. ...
 |  | x |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Achizitii masini/ echipamente/ mobilier
 |  | x | x |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| * 1. Selectie si contractare furnizori
 |  | x | x |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| * 1. Plata/Instalare si receptie mijloace fixe
 |  | x | x |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| * 1. ......
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Angajare personal: administrator personal executiv si contabil
 |  | x |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Contractare si delulare activitate de productie/prestari servicii
 |  | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| 1. Monitorizare si raportare
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. ...
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

##

## 1.15 Plan de finanţare a proiectului

Structura de finanţare a proiectului de investiţii:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Lei | % din valoarea investitiei |
| **1. Necesarul de finantare** (**Valoarea investitiei**), din care: | 113.620 | 100% |
| * 1. Valoarea subventiei solicitate
 |  |  |
| * 1. Contributie proprie (din surse proprii si atrase) *(optional)*
 |  |  |
| 1. **Destinatia fondurilor**
 |  | 100% |
| * 1. Investitii si cheltuieli anterioare productiei *(autorizatii, avize, inregistrare firma)*
 |  |  |
| * 1. Cheltuieli operationale in primele 12 luni
 |  |  |

1. **DESCRIEREA PRODUSELOR/SERVICIILOR/LUCRARILOR**

**CARE FAC OBIECTUL AFACERII**

**2.1** **Produsele/serviciile/lucrarile**

În acest capitol, descrieţi şi explicaţi, în detaliu, produsul/serviciul ce face obiectul investiţiei propuse în proiect. Descrierea produsului: caracteristici fizice (mărime, formă, culoare, design, capacităţi), tehnologia utilizată în producerea/ dezvoltarea lui (materii prime, echipamente, forţa de muncă, patente etc – localizaţi, la nivel de regiune de dezvoltare/judeţ, sursa acestor elemente). Descrierea serviciului: ce reprezintă, ce nevoi satisface, care sunt materialele şi echipamentele necesare prestării serviciului, etape în procesul de prestare a serviciului, beneficii pentru clienţi. Prezentaţi modul în care tehnologiile noi, moderne vor fi utilizate în producerea/ menţinerea/ dezvoltarea produsului/ serviciului.

Puteţi, de asemenea, să enumeraţi/ descrieţi produse/ servicii viitoare şi planificarea dezvoltării acestora, evidenţiind astfel, evoluţia strategiei de dezvoltare a produsului/ serviciului în funcţie de evoluţia pieţei. In cazul comerţului, precizaţi grupele de produse ce le veţi vinde şi aria de valorificare, dacă vânzarea este cu amănuntul sau cu ridicata şi dacă veţi furniza servicii specifice (post vânzare, transport, garanţie, reparaţii etc);

* 1. **Principalii furnizori de materii prime si materiale**

Prezentaţi principalii furnizori de materii prime şi materiale. Ponderea materiilor prime şi a materialelor, în funcţie de provenienţă (e.g. local, indigen, import). Fluxul tehnologic /Fluxul de prestare a serviciilor. Proiectarea capacitatii de productie viitoare a companiei (se va tine seama de : cererea prognozata pe piata – clienti noi, caracteristici tehnice si performante ale echipamentelor achizitionate, numar de schimburi in care se va lucra,capacitate de aprovizionare cu materie prima, capacitate de depozitare produse finite, retele de distributie) Cantitati prognozate de produse ce vor fi realizate de catre companie, Preturi de vanzare/fiecare produs, Patente noi, certificari , omologare produse noi Certificari noi ce vor fi obtinute de catre companie (calitate, mediu, siguranta alimentara, etc) Ce calitate au produsele/serviciile lor? Sunt principalii furnizori disponibili pentru firma Dvs.? In ce masura exista si alti furnizori similari pe piata?

 *(Optional) Faceti o analiza a caracteristicilor principalilor Dvs. furnizori si completati tabelul principalilor furnizori de materii prime/materiale sau servicii:*

|  |  |
| --- | --- |
| **Furnizori** | **Valoarea anuala a achizitiilor (lei)** |
| Materie prima/serviciu |  |  |
| ….. |  |
| Total |  |  |

1. **ANALIZA PIETEI DE DESFACERE SI A CONCURENTEI**

**3.1. Pozitia produselor/serviciilor societatii pe piata comparativ cu cele ale concurentei**

*Descrieţi principalele avantaje/dezavantaje ale**produselor/serviciilor d-voastră in raport cu cele oferite de concurenţă).*

**3.2 Definiţi piaţa dumneavoastră**

Identificați piața țintă:

* *Descrieți segmentul de piață/ grupul țintă căruia se adresează serviciul/ produsul rezultat în urma investiției*
* *Dimensiunea pieței țintă (mărimea pieței țintă și tendințele de evoluție pe orizontul de operare al obiectivului); Identificați aria geografică de acoperire a produsului/ serviciului*
* *Analizați stadiul actual al pieţei – nevoi şi tendinţe*
* *Analizați potențialul de creştere a pieţei*
* *Descrieți factorii economici, politici, legislativi, tehnologici, sociali care au o influență directă asupra dinamicii sectorului/ domeniului de activitate vizat*
* *Identificați clienţi potenţiali: în funcţie de piaţa de desfăşurare (intern, extern), volumul vâzărilor, produse/ grupe de produse (detalii suplimentare vor fi solicitate la elaborarea previziunilor financiare). Analiza necesităților clienților existenți și potențiali*
* *Cine vor fi clientii tai si care este localizarea acestora (judet, regiune, tara si distanta fata de locatia proiectului)?*
* *Descrieti modalitatile de identificare a potentialilor clienti: Persoane fizice (inclusiv segment de varsta si venituri); Societati comerciale (inclusiv din ce domenii provin si marimea acestora); Institutii bugetare (precizati tipul institutiei)*
* *De ce credeti ca vor cumpara de la Dvs.? Ce strategie de atragere a clientilor va propuneti?*

**3.3. Localizarea pieţei dumneavoastră** *(se va preciza amplasarea pieţei – locală, regională, naţională, internaţională etc. – cu detalii, dacă sunteţi în posesia lor) şi mărimea acesteia (nr. de clienţi potenţiali, mărime d.p.v.d. fizic şi valoric). Care este distanţa până la principalii clienţi şi care este modalitatea de distribuţie a produselor/serviciilor ?*

*Estimati vanzarile preconizate catre clientii principali in perioada de implementare si de monitorizare:*

***Optional*** *completati tabelul cu clientii potentiali:*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Nr.crt. | Clienti/Grupe de clienti | *Anul 0 (implementare)* | *Anul 1* |
| lei | % | lei | % |
| 1 |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |

 **3.4 Caracteristici ale cererii pentru produsul/serviciul dvs.**: *(cerere zilnică, anuală, de sezon, evoluţia în ultimii ani şi cea previzibilă)*

 **3.5** **Concurenţi potenţiali**

*Analiza mediului concurențial care va cuprinde: Principalii concurenţi, ponderea lor pe piaţă, punctele tari şi punctele slabe ale produsului/serviciului dvs. comparativ cu cel al competitorilor (direcţi şi indirecţi); poziționarea în mediul concurențial (dacă este cazul) prin listarea amenințărilor provenite de la noii veniți, de la produsele de substituție, din partea concurenților, explicarea puterii de negociere a furnizorilor și clienților, bariere de intrare (brevete, mărci private, tehnologii etc.). Se va specifica tipul de cercetare folosit: investigarea surselor statistice și/sau colectarea informațiilor prin cercetare directă.*

**Prezentaţi concurenţii pe grupe de produse/servicii si caracteristicile pe care le cunoaşteţi ale acestora:**

|  |  |
| --- | --- |
| *Grupă produse/servicii oferite pieţei* | *Denumirea firmei/ firmelor şi localitatea* |
| Produs/serviciu 1 |  |
|  |  |
|  |  |
| Produs/serviciu 2 |  |
|  |  |
|  |  |
| Produs/serviciu 3 |  |
|  |  |
|  |  |

### 4.Strategia de Marketing

* 1. **Descrieți obiectivele generale de marketing**

acestea derivă din obiectivele generale ale entității, prin ele urmărindu-se păstrarea echilibrului între produse și piețe în general (de exemplu : vânzarea produselor existente, comercializarea unor produse existente pe segmente noi de piață și dezvoltarea de produse noi pe segmente de piață noi); Obiectivele trebuie să fie corelate cu rezultatele analizei situației existente și trebuie să îndeplinească modelul SMART: Specific; Măsurabil; Realizabil; Realist, pe o anumită perioadă de Timp

**4.2** **Strategia sau politica de produs/serviciu**

*(se va descrie amănunțit produsul/serviciul, menționându-se caracteristicile și avantajele pe care le oferă clienților)*

* 1. **Strategia sau politica de preț**

(se vor analiza *următoarele elemente de determinare a prețului: costurile implicate, aprecierile clienților față de produsul/serviciul oferit, prețurile practicate de către competitori, elasticitatea cererii pentru produsul/serviciul oferit);Care este politica Dvs. de pret? (pret sub / la / peste nivelul mediu pe piata; discounturi, conditii de plata, etc.) Care sunt parametrii economici ai produsului/serviciului Dvs.? La ce preturi va fi vandut?*

|  |  |
| --- | --- |
| **Produs / serviciu** | **Pret unitar (mediu) (lei)** |
| Produs 1 |  |
| Produs 2 |  |
| Produs...n |  |

*Optional: completati tabelul vanzarilor estimate pe perioada de analiza*

| **Vanzari preconizate****pe clientii principali Lei** | **( Grupe de) produse/servicii, Lei** | **Total** |
| --- | --- | --- |
| **Produs 1** | **Produs 2** | **Produs 3** | **Produs...n** | **lei** | **%** |
| Clienti | 1 |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |
| Total piata  |  |  |  |  |  |  |

**4.4** **Strategia sau politica de distribuţie**

*Cum se va realiza distributia produselor/serviciilor?*

*Care sunt canalele de distributie alese (vanzare directa, magazine proprii, retea de distribuitori, angrosisti, vanzare electronica, etc.) Descrieti utilizarea TIC in cresterea accesibilitatii produselor/ serviciilor.*

*Care sunt principalii Dvs. distribuitori pe categorii de produse / servicii (daca este cazul)? Ce calitate au serviciile lor?*

*Care sunt costurile de distributie? Care este politica de plata in relatia cu distribuitorii?*

*In ce masura exista si alti distribuitori similari pe piata?*

*(Optional) Faceti o analiza a caracteristicilor principalilor distribuitori si incercati sa gasiti formele de distributie cele mai avantajoase in functie de produsul pe care il oferiti*

*Optional, completati tabelul cu forma de distributie aleasa per produse/servicii*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Produse/servicii** | **Pondere in cifra de afaceri (%)** | **Forme de distributie**  |
| 1 |  |  |
| 2 |  |  |

**4.5** **Strategia (politica) de promovare si relatii publice**

*Se va urmări efectul dorit în promovare, costurile pe care le implică promovarea, mesajul ce va genera efectul dorit, mass-media ce vor fi utilizate și analiza rezultatelor promovării;Prezentaţi metodele de promovare ce se vor utiliza**(de ex.: publicitate online, lansare oficială, pliante, broşuri, etc)*

**4.6** **Descrieți planul de acțiune și bugetul aferent strategiei de marketing**

* *Enumerați și descrieți activitățile propuse pentru atingerea obiectivelor de marketing și implementarea strategiilor descrise anterior. Justificați necesitatea realizării acestor activități și descrieți contribuția fiecăreia la atingerea obiectivelor de marketing.*
* *Realizați calendarul activităților propuse, pe luni*
* *Identificați persoanele responsabile de realizarea fiecărei activități*
* *Elaborați bugetul planului de acțiune (modelul recomandat în tabelul de mai jos include o serie de activități, cu titlu de exemple).*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nr. Crt.** | **Activitate/ Cheltuieli pentru promovarea produselor / serviciilor** **pe categorii de cheltuieli (Lei)** | **Luna 1** | **Luna 2** | **Luna 3** | **Luna 4** | **Luna 5** | **Luna 6** | **Luna 7** | **Luna 8** | **Luna 9** | **Luna 10** | **Luna 11** | **Luna 12** |
| 1 | ComunicareRedactare comunicate de presăRedactare materiale publicitareWebsite, creare și întreținere |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | Organizare evenimente |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| … |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Total cheltuieli de promovare |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

* *Justificați costurile estimate pentru fiecare activitate și lună din calendarul de realizare a activităților.*
	1. **Riscuri identificate şi măsurile prevăzute pentru diminuarea efectelor în cazul materializării acestor riscuri.**

*Faceti o succinta analiza a riscurilor potentiale ale afacerii si a impactului estimat al acestora si prezentati solutiile prevazute pentru contracararea riscurilor potentiale;*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Risc Identificat** | **Impact estimat** | **Masuri de prevenire/diminuare impact** |
|  |  |  |

**5.** **PREZENTATI MODALITATEA DE INTEGRARE A TEMELOR ORIZONTALE IN AFACERE**

(*ex ; protectia mediului, dezvoltarea durabila, egalitatea de sanse si nediscriminarea, promovarea egalitatii de gen inovarea sociala) si a temelor secundare (Sprijinirea tranziției către o economie cu emisii scăzute de dioxid de carbon și eficientă din punctul de vedere al utilizării resurselor, Inovare sociala, Îmbunătățirea accesibilității, a utilizării și a calității tehnologiilor informației și comunicațiilor)*