FORMULAR STANDARD

PLAN DE AFACERE

|  |  |
| --- | --- |
| **date generale & criterii eliminatorii** | |
| Titlul planului de afaceri: |  |
| Nume candidat: |  |
| CNP: |  |
| Seria si numarul actului de identitate (copie CI): |  |
| Email: |  |
| Specializarea / ocupatia: |  |
| Judeţul de implementare a afacerii: |  |
| Localitatea de implementare a afacerii: |  |
| COD CAEN aferent activităţii principale­­­­­­­­­­­­­­­: |  |
| Domeniul de activitate: |  |
| Număr de locuri de muncă nou create: | mai putin de 2  2 sau peste |
| Investiţia se realizează în mediul: | Urban  Rural |
| Valoarea totală a subventiei solicitate: | .............................................. lei |
| Data: |  |

STRUCTURA PLANULUI DE AFACERI

1. CUPRINS
2. SUMARUL EXECUTIV
3. DESCRIEREA AFACERII
4. DESCRIEREA PRODUSELOR / SERVICIILOR
5. PLANUL DE MARKETING
6. PLANUL OPERATIONAL
7. MANAGEMENT SI ORGANIZARE
8. PLANUL FINANCIAR
9. ANEXE

II. SUMARUL EXECUTIV

Realizati un rezumat al planului de afaceri in maximum 2 pagini.

Retineti!

Aceast rezumat executiv este primul contact pe care un potential investitor il are cu ideea dvs. de afacere. Daca nu starneste interesul cu privire la potentialul afacerii, este posibil ca restul planului dvs. de afaceri sa nu mai fie citit in continuare!

De aceea, nu uitati sa punctati urmatoarele:

* viziunea dvs. de afaceri si misiunea afacerii dvs.;
* obiectivele pe termen scurt, mediu si lung;
* o scurta descriere a afacerii;
* o scurta prezentare a produselor / serviciilor;
* rezumatul planului de marketing;
* nivelul investitiei initiale si modalitatea de atragere a finantarii (se va specifica valoarea contributiei aplicantului (suma in lei / procent din investitia totala) si sursa acesteia);
* informatii financiare relevante:
  + amortizarea investitiei (In cat timp se amortizeaza investitia?)
  + operationalizarea afacerii (In cat timp se atinge pragul de rentabilitate?)
  + scenarii de vanzari
  + proiectii financiare pe scurt – elaborate pe minimum 3 ani
  + calendar de implementare a afacerii
* ale informatii relevante (ex. De ce credeti ca afacerea dvs. va avea succes?).

III. DESCRIEREA AFACERII

* Descrieti pe larg afacerea dvs., prezentand viziunea dvs., misiunea afacerii dvs., obiectivele pe termen scurt, mediu si lung (definite SMART), forma juridica de organizare (cu avantajele fiscale sau de alta natura aferente, daca este cazul), actionariatul (cu aportul fiecaruia).
* Precizati localizarea afacerii (judet / localitate) si prezentati avantajele competitive ale acesteia.
* Includeti informatii despre sectorul in care veti activa, mai ales daca domeniul de activitate vizat este unul de nisa sau unul cu care potentialii investitori s-ar putea sa nu fie familiarizati.
* Descrieti situatia sectorului in prezent si orice alte informatii cu privire la tendite.
* Motivati de ce credeti ca afacerea dvs. va fi una de succes, prezentand strategia dvs. de intrare pe piata si de dezvoltare.
* Punctati toate considerentele juridice care trebuie avute in vedere (ex.: licente necesare, conditii speciale de munca, legislatie de mediu, taxe de autorizare, etc.).

IV. DESCRIEREA PRODUSELOR / SERVICIILOR

* Descrieti detaliat produsele si / sau serviciile oferite, prezentand toate aspectele legate de acestea: ingrediente, dimensiuni, functionalitati, aspect, ambalaj, etc.
* Ce nevoi satisfac produsele / serviciile oferite?
* Care este USP-ul produselor / serviciilor dvs.?
* Care sunt costurile relationate cu produsele / serviciile dvs. (costurile variabile)?
* Daca este vorba de productie, includeti detalii despre tehnologia de care aveti nevoie, capacitatea de productie pe care o ofera si costurile relationate cu procurarea acesteia. Daca este vorba de servicii, includeti detalii despre capacitatea de prestare, raportat la dimensiunea propusa a afacerii.
* Daca este posibil, puteti include schite, fotografii sau alte materiale reprezentative pentru o buna intelegere a produselor / serviciilor propuse.

V. PLANUL DE MARKETING

* Realizati o analiza a consumatorului. Identificati cine este publicul dvs. tinta (cumparatori vs. consumatori) si definiti caracteristicile acestuia (analiza geografica, demografica, psihografica). Caror nevoi raspund produsele / serviciile dvs.? Care sunt etapele de achizitie pentru produsele / serviciile dvs.?
* Realizati o analiza a pietei (analiza mediului extern al afacerii dumneavoastra). Includeti referiri la legislatia si reglementarile in vigoare relevante, la situatia economica a ramurii, la tendintele pietei si modificarile anticipate, etc. Daca prevedeti orice fel de obstacole, cum le veti depasi? Care este pozitia pe care o vizati pe piata? Atentie la segmentarea pietei.
* Realizati o analiza a concurentei. Cine sunt principalii dvs. competitori (directi si indirecti)? Care sunt avantajele competitive ale produselor / serviciilor principalilor dumneavoastra competitori?
* Elaborati o analiza SWOT a afacerii dvs.
* Elaborati MIXUL DE MARKETING. Acoperiti cei 4 P (produs, pret, plasament / distributie, promovare).
* Elaborati strategia de produs, tinand cont spre exemplu de: portofoliul de produse / servicii initiale, dezvoltarea viitoare a acestuia, ciclul de viata al fiecarui produs / serviciu in parte, etc.. Aveti in vedere: varietatea, calitatea, designul, caracteristicile, marca, ambalarea, dimensiunile, serviciile adiacente, garantiile, retururile.
* Elaborati strategia de pret a produselor / serviciilor dvs. Care sunt preturile la care vor fi vandute produsele / serviciile dvs. si pe ce v-ati bazat in constructia lor? Cum se raporteaza acestea la costuri, la concurenta si la asteptarile consumatorilor? Care este politica de reduceri si cand se aplica acestea? Cum se face plata si care sunt termenii de plata?
* Elaborati stategia de plasament a produselor / serviciilor dvs. Identificati care este piata tinta pe care o vizati si cum veti ajunge la aceasta. Care sunt canalele de distributie utilizate? Care este strategia dvs de vanzari? Includeti scenarii de vanzari: optimist, pesimist si probabil, calculate pe termen scurt, mediu si lung.
* Elaborati strategia de promovare a produselor / serviciilor dvs. Cum veti promova afacerea dvs.? Dar produsele / serviciile dvs.? Cum v-ati calculat bugetul de publicitate? Care este mesajul / sunt mesajele utilizate in promovare si de ce? Care este mixul de canale utilizat si de ce? Elaborati un plan de promovare detaliat, cu perioade de campanie si bugetele aferente, raportat la rezultatele asteptate.
* Evaluati d.p.d.v. economic planul de marketing.
* Motivati fiecare decizie privind strategia aleasa.

VI. PLANUL OPERATIONAL

* Prezentati informatii cu privire la spatiile de care aveti nevoie pentru derularea activitatilor de productie / depozitare / vanzare / management si organizare, inclusiv informatii privind costurile si modalitatile de dobandire ale acestora. Puteti prezenta si schite ale spatiului de care aveti nevoie.
* Explicati avantajele localizarii afacerii intr-un anume loc.
* Includeti informatii privind toate operatiunile procesului de productie, avand in vedere si echipamentele de care veti avea nevoie in derularea afacerii si costurile de achizitie / mentenanta / operare relationate cu acestea.
* Prezentati care sunt autorizatiile, certificatele, licentele, brevetele si marcile de care veti avea nevoie, precum si costurile si procedurile de dobandire a acestora.
* Detaliati informatiile referitoare la furnizori, termene si modalitati de plata, stocuri de marfa, aprovizionare.
* In cazul in care veti vinde cu plata la termen, detaliati procedura de lucru.

VII. MANAGEMENT SI ORGANIZARE

* Includeti informatii privind conducerea afacerii, profilele persoanelor din conducere, atributiile posturilor si limitele de competenta.
* Prezentati structura organizatorica, incluzand numarul de persoane pe care vreti sa le angajati.
* Realizati o fisa a postului pentru fiecare tip de post prevazut in structura organizatorica.
* Aveti in vedere sa detaliati politica de personal (politici de recrutare, angajare, inductie, proceduri de inlocuire in caz de incapacitate temporara sau permanenta, modalitati de motivare a angajatilor, pachete de salarizare pe care le veti adopta).
* Includeti informatii cu privire la legislatia muncii in vigoare.
* Realizati o strategie de management al riscului (previziunea si gestionarea riscurilor).
* Elaborati proceduri de management al timpului (proceduri de lucru, flux informational, tipizate de implementat la nivelul angajatilor, etc.).

VIII. PLANUL FINANCIAR

* Evaluati cheltuielile cu investitia initiala.
* Realizati o lista in care sa cuprindeti cheltuielile fixe lunare si modul in care se amortizeaza acestea in pretul produselor / serviciilor.
* Prezentati o strategie de recuperare a investitiei.
* Calculati marja bruta pe care o aplicati produselor / serviciilor vandute.
* Calculati pragul de rentabilitate al afacerii dvs. lunar si anual (atat in valoare bruta a vanzarilor, cat si in numar de unitati de produse necesar a fi vandute). Luati in calcul costurile relationate cu stocul de produse, transportul si distributia acestora.
* Realizati o simulare a vanzarilor (scenariu optimist, pesimist si probabil) in functie de diferiti factori. Planul dvs. trebuie sa includa statistici solide, cifre si orice alte detalii pe care se bazeaza proiectiile dvs. de vanzari.
* Realizati o previzionare a cheltuielilor fixe si variabile, dar si a veniturilor, pentru minim 12 luni. Analizati necesarul de cash flow (lunar si anual) si identificati sursele de finantare necesare, precum si costurile aferente atragerii finantarii respective.
* Includeti o proiectie a profitabilitatii afacerii pe minim 3 ani (simulare P&L).
* Includeti informatii de contabilitate (simulare de bilant anual, balanta lunara, etc.)