

Caietul Antreprenorului

WWW.ACADEMIADEBUSINESS.RO

Bine ai venit în ***Caietul Antreprenorului***, un instrument strategic creat pentru a-ți ghida fiecare pas în dezvoltarea și scalarea afacerii tale. Acest caiet de lucru îți oferă un cadru complet pentru a planifica eficient, a-ți analiza piața și a lua decizii inteligente, folosind cele mai puternice instrumente de business.

În paginile următoare vei găsi:

- **S.M.A.R.T.E.R. Business CANVAS** – Un model inovator care te va ajuta să îți planifici afacerea în detaliu, asigurându-te că obiectivele tale sunt Specifice, Măsurabile, Atingibile, Relevante, Timp-bine-definite, Evaluate și Revizuite constant.
- **Analiza SWOT** – Un instrument clasic și extrem de eficient pentru a identifica Punctele Forte, Slăbiciunile, Oportunitățile și Amenințările afacerii tale, oferindu-ți o viziune clară asupra provocărilor și avantajelor pe care le poți valorifica.
- **Analiza PESTEL** – O analiză profundă a factorilor Politici, Economici, Sociali, Tehnologici, Ecologici și Legali care influențează piața ta, oferindu-ți o perspectivă amplă asupra mediului extern în care activează afacerea ta.
- **Buyer Persona** – Creează profiluri detaliate ale clienților tăi ideali. Înțelege nevoile, dorințele și comportamentele lor pentru a adapta produsele și serviciile tale, crescând astfel șansele de a le atrage și fideliza.
- **Customer Journey Map** – Cartografiază traseul pe care clienții îl parcurg, de la prima interacțiune cu brandul tău până la achiziție și loialitate. Acest instrument îți va permite să îmbunătățești fiecare punct de contact pentru a oferi o experiență de neuitat.

Acest caiet de lucru este mai mult decât un simplu planificator – este un ghid practic care te va sprijini să iei decizii informate, să-ți construiești o strategie solidă și să-ți atingi obiectivele cu succes.

Acum este momentul să începi! Scribe, planifică și acționează pentru a-ți transforma viziunea în realitate.

Mini-Planul de Afaceri **STARTUP**

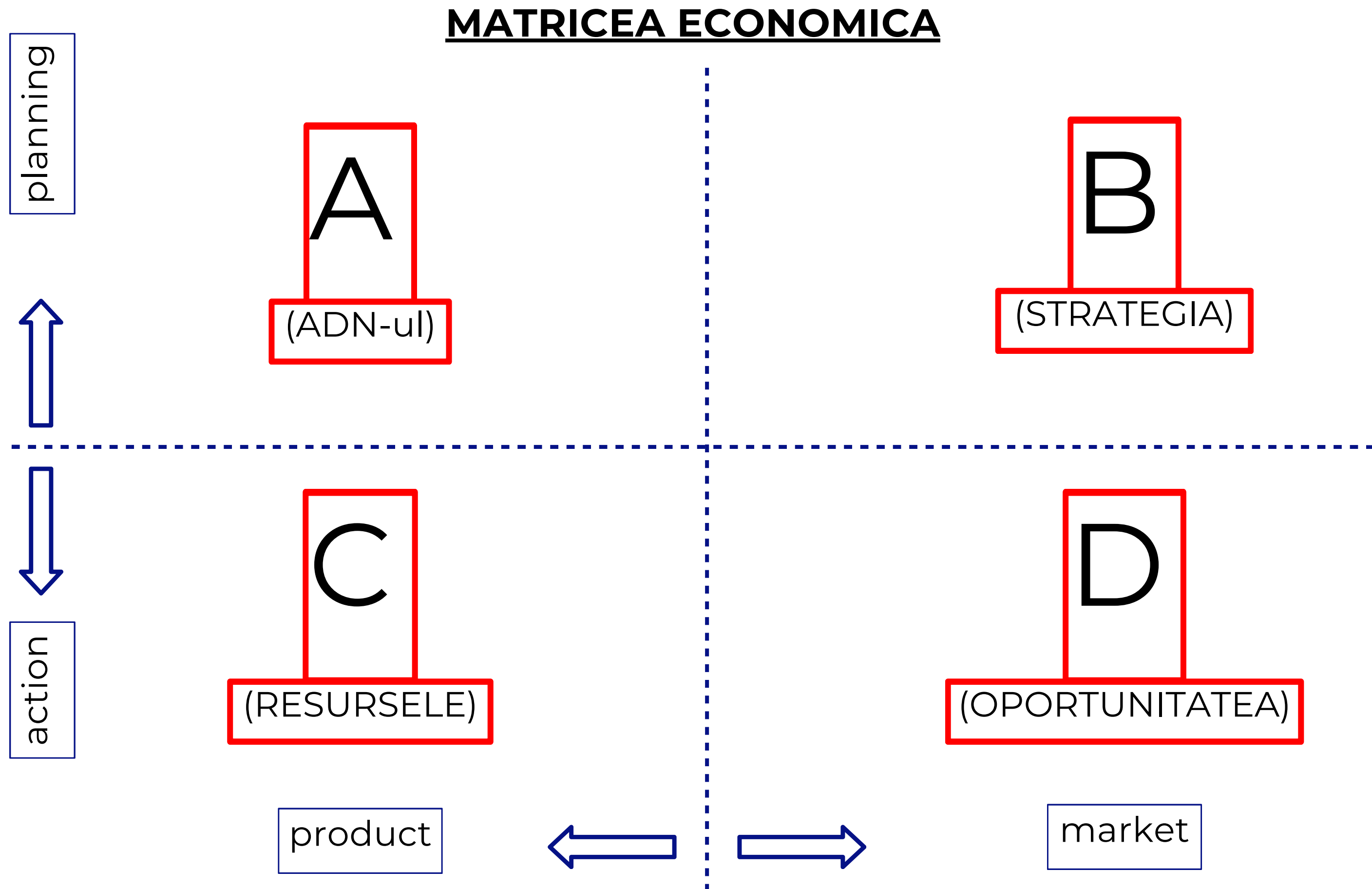
S.M.A.R.T.E.R. Business CANVAS este un model simplu și eficient pentru a crea un plan de afaceri pe o singură pagină. Fiecare obiectiv este structurat astfel:

- **Specific** – În loc să spui „vreau să îmi cresc afacerea,” fii mai concret: „vreau să îmi cresc vânzările cu 20% în următoarele 6 luni.”
- **Measurable** – Indicatorii de performanță (KPI) sunt un aspect cheie aici, pentru că îți permit să evaluezi succesul fiecărei acțiuni.
- **Agreed** – Asigură-te că toți cei implicați în afacerea ta sunt de acord cu obiectivele stabilite și cu modul în care acestea vor fi atinse.
- **Realistic** – În timp ce este important să visezi mare, este esențial să îți setezi obiective pe care le poți atinge într-un mod realist, pentru a evita dezamăgirea și demotivarea.
- **Time-Bound** – Orice obiectiv trebuie să aibă un termen limită clar. Fără o perioadă de timp definită, obiectivele pot rămâne în stadiul de plan și nu se vor concretiza niciodată.
- **Exciting** – Asigură-te că obiectivele tale sunt provocatoare și îți dau energie să le atingi, astfel încât să fii entuziasmat de fiecare pas pe care îl faci.
- **Recorded** – Înregistrarea progresului tău nu numai că te ajută să urmărești evoluția, dar îți oferă și o referință clară pentru viitor.

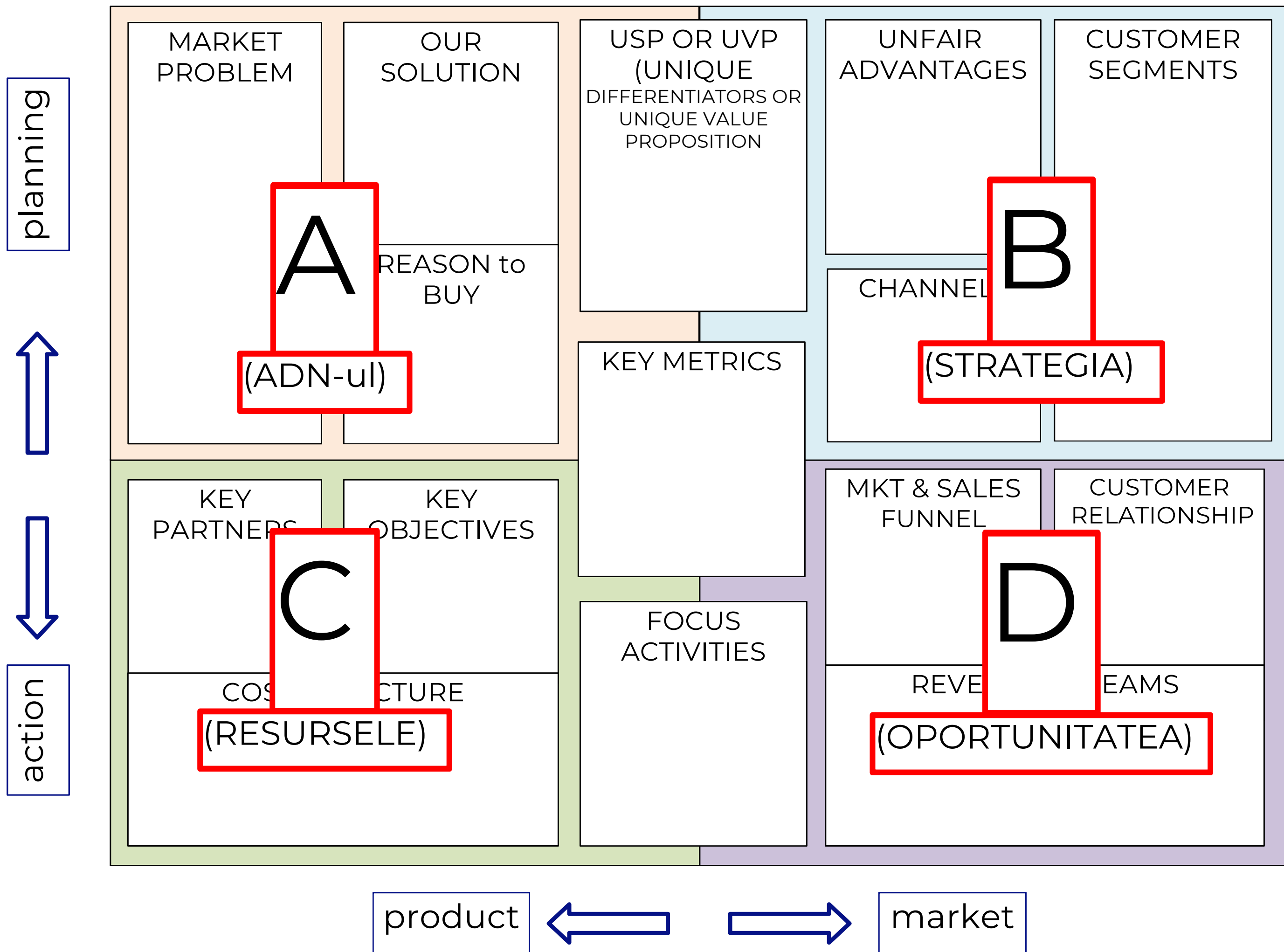
Importanța modelului S.M.A.R.T.E.R. Business CANVAS:

- Claritate și Organizare
- Flexibilitate și Scalabilitate
- Motivare și Angajament

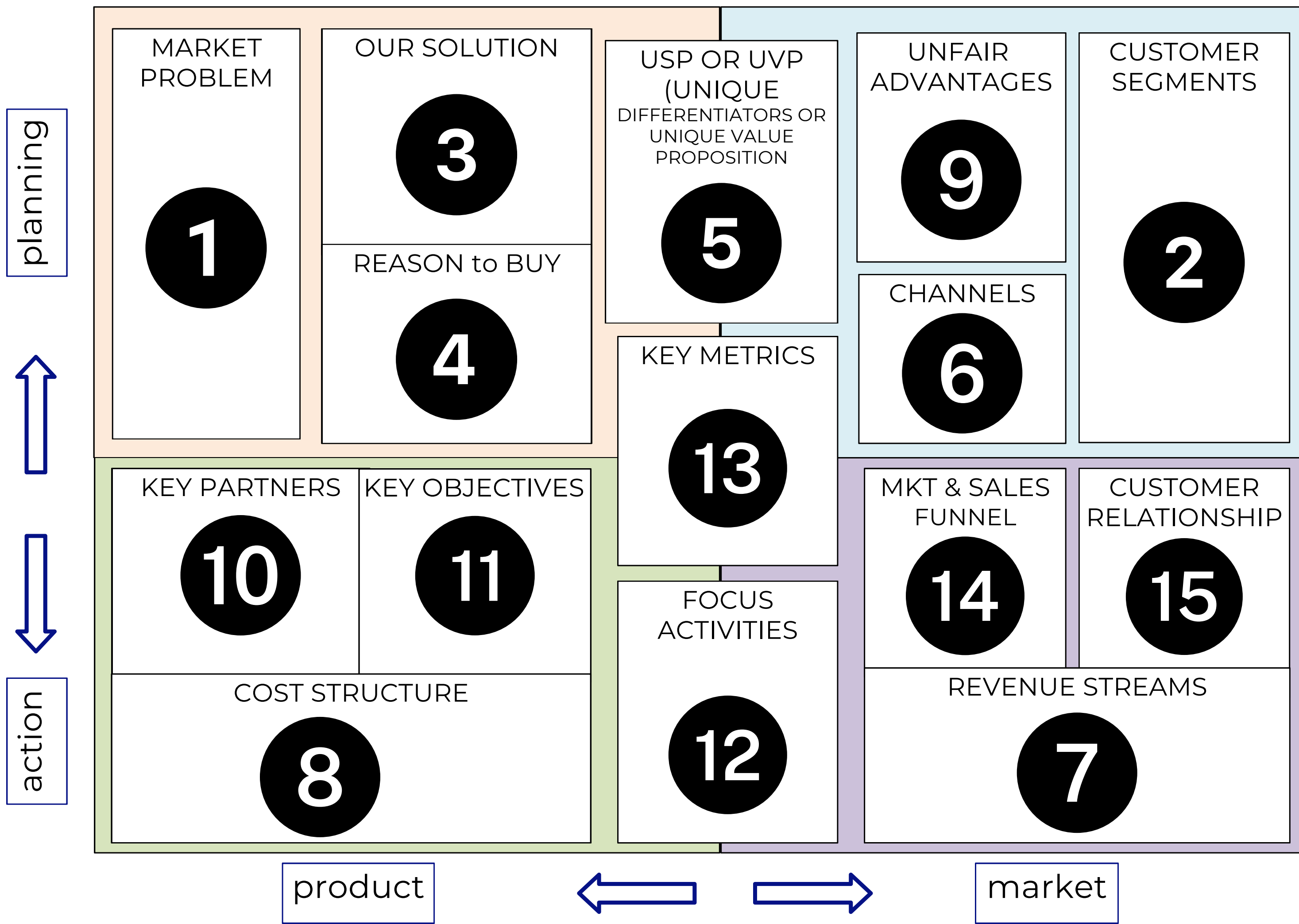




S.M.A.R.T.E.R. BUSINESS CANVAS



S.M.A.R.T.E.R. BUSINESS CANVAS



Aria	Businessul tău
1. MARKET PROBLEM	
2. CUSTOMER SEGMENTS	
3. OUR SOLUTION	
4. REASON to BUY	
5. USP / UVP	
6. SALES CHANNELS	
7. REVENUE STREAMS	
8. COST STRUCTURE	
9. UNFAIR ADVANTAGES	
10. KEY PARTNERS	
11. KEY OBJECTIVES	
12. FOCUS ACTIVITIES	
13. KEY MATRICS	
14. MKT & SALES FUNNEL	
15. CUSTOMER RELATIONSHIP	

Aria	Businessul tău		
1. MARKET PROBLEM	1 – 6 Reclama CLIENT		
2. CUSTOMER SEGMENTS			
3. OUR SOLUTION			
4. REASON to BUY			
5. USP / UVP			
6. SALES CHANNELS			
7. REVENUE STREAMS	1 – 11 Elevator PITCH		
8. COST STRUCTURE			
9. UNFAIR ADVANTAGES			
10. KEY PARTNERS			
11. KEY OBJECTIVES			
12. FOCUS ACTIVITIES	1 – 15 Mandat CEO		
13. KEY MATRICS			
14. MKT & SALES FUNNEL			
15. CUSTOMER RELATIONSHIP			

Analiza SWOT

Analiza SWOT este unul dintre cele mai puternice și ușor de utilizat instrumente de planificare strategică, care te ajută să înțelegi pe deplin unde se află afacerea ta și cum poți naviga în piață pentru a-ți maximiza succesul. Această analiză îți permite să identifici patru componente esențiale:

- **Puncte Forte** (Strengths) – Resursele interne și avantajele competitive pe care le ai deja. Acestea pot fi lucruri precum o echipă excelentă, un brand puternic, un produs unic sau o bază solidă de clienți loiali.
- **Slăbiciuni** (Weaknesses) – Zonele în care afacerea ta trebuie să se îmbunătățească. Recunoașterea slăbiciunilor te va ajuta să identifici unde poți aduce îmbunătățiri, fie că este vorba despre procese interne, finanțe sau strategii de marketing.
- **Oportunități** (Opportunities) – Factori externi de pe piață sau din mediul de afaceri pe care îi poți valorifica. Acestea pot include noi piețe în creștere, tehnologii emergente sau modificări legislative care îți pot aduce un avantaj.
- **Amenințări** (Threats) – Obstacolele externe care pot afecta afacerea ta. Acestea pot fi concurenți noi, schimbări în preferințele consumatorilor sau riscuri economice. Înțelegerea acestor amenințări te va ajuta să fii pregătit și să dezvolti strategii de prevenire.

Importanța Analizei SWOT:

- Claritate și Direcție
- Dezvoltarea Strategiilor
- Luarea Deciziilor



Analiză SWOT cuprinzătoare

COMPLETEAZĂ

Puncte tari

-
-
-
-
-

Oportunități

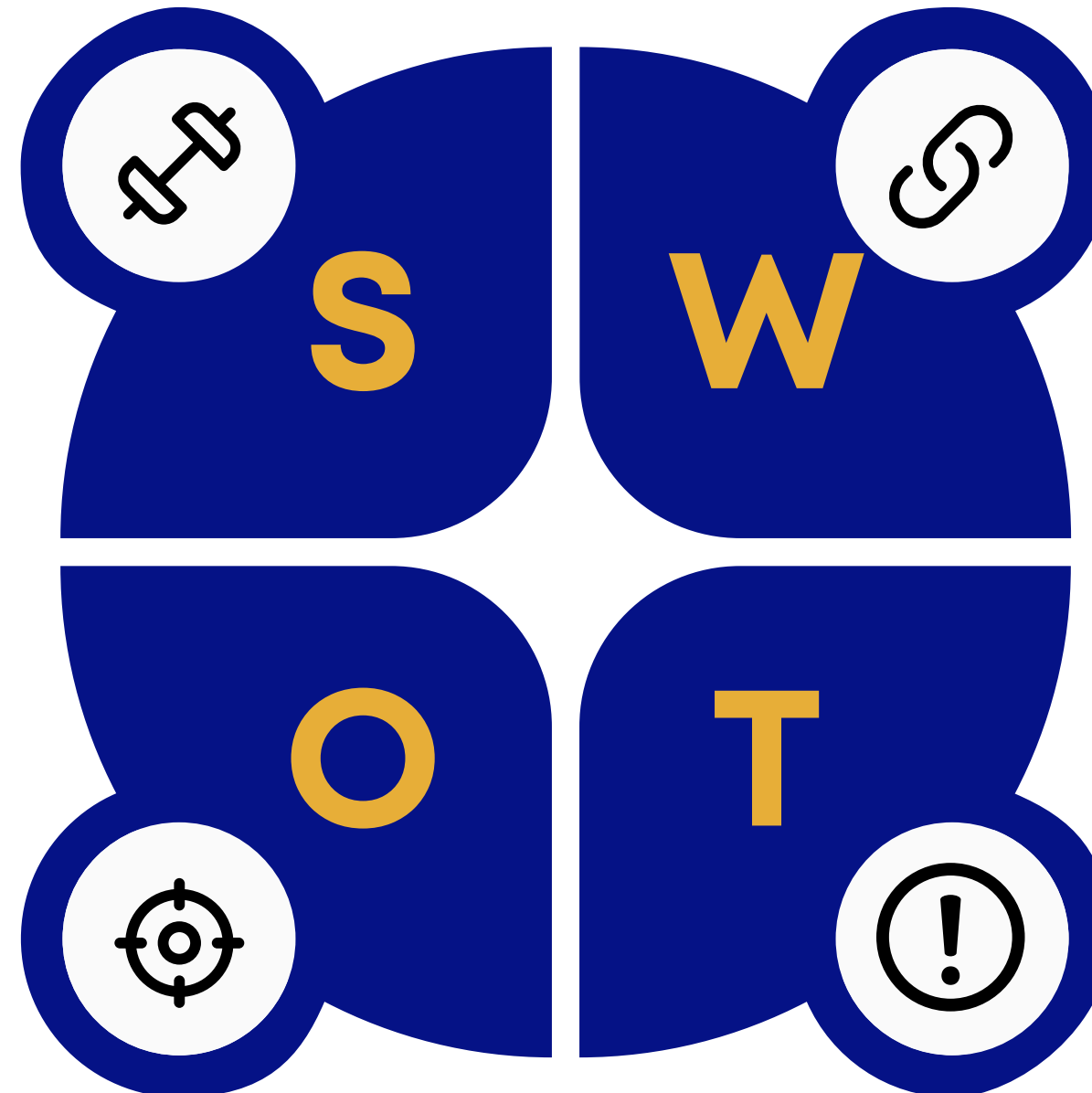
-
-
-
-
-

Puncte slabe

-
-
-
-
-

Amenințări

-
-
-
-
-



Analiza PESTEL

Analiza PESTEL este un instrument esențial pentru a înțelege factorii externi care pot influența afacerea ta pe termen lung. Prin identificarea și analiza factorilor externi de mediu, vei putea anticipa schimbările din piață și vei putea să-ți adaptezi strategia pentru a rămâne competitiv. PESTEL acoperă șase domenii majore:

- **Politic** (Political) – Cum influențează politicile guvernamentale, reglementările și stabilitatea politică afacerea ta? De la impozite și tarife la legi legate de comerț și muncă, acest factor poate avea un impact major asupra afacerii tale.
- **Economic** (Economic) – Analizează factorii economici precum rata inflației, ratele dobânzilor, fluctuațiile valutare și starea generală a economiei, care pot influența cererea pentru produsele sau serviciile tale.
- **Social** (Social) – Înțelegerea comportamentului consumatorilor, demografiei și culturii este crucială pentru a adapta produsele și strategiile de marketing. Schimbările în preferințele consumatorilor, stilurile de viață și valori pot deschide noi oportunități.
- **Tehnologic** (Technological) – Progresele tehnologice pot afecta industria ta prin automatizări, inovații în produse și îmbunătățirea eficienței operaționale. Rămânerea la curent cu noile tehnologii poate fi un factor cheie pentru succes.
- **Ecologic** (Environmental) – În contextul unei sensibilități crescute față de mediu, aspectele legate de sustenabilitate, resurse naturale și schimbările climatice pot afecta afacerile, mai ales în industriile care depind de resurse fizice.
- **Legal** (Legal) – Înțelegerea reglementărilor legale care afectează afacerea ta, de la legislația privind drepturile de proprietate intelectuală la legile muncii și protecția consumatorilor, este esențială pentru a evita sancțiunile și a opera în conformitate cu legile în vigoare.

Importanța Analizei PESTEL:

- Previziune și Adaptare
 - Reducerea Riscurilor
 - Inovație și Proactivitate
- 

ANALIZĂ PESTEL

EXEMPLU

P	• Politica fiscală • Activitatea guvernamentală • Conflicte / ajutor • Taxe	Politice
E	• PIB • Rata ocupării forței de muncă • Rata de schimb valutar • Inflație	Economice
S	• Variabile demografice • Factor cultural • Religie • Stil de viață	Sociali
T	• Acces la tehnologie • Infrastructură • Cercetare • Tendințe tehnologice	Tehnologice
E	• Politici de mediu • Reciclare • Tendințe de consum • Procese de producție	De Mediu
L	• Salarii • Drepturi • Securitatea locului de muncă • Reglementări	Legal

ANALIZĂ PESTEL

COMPLETEAZĂ

P	...	
E	...	
S	...	
T	...	
E	...	
L	...	

Politice

Economice

Sociali

Tehnologice

De Mediu

Legal

Profilul Clientului Ideal

Buyer Persona (Profilul Clientului Ideal) reprezintă un profil detaliat al clientului ideal, bazat pe cercetări și date reale. Este o descriere fictivă, dar extrem de precisă, a unei persoane care ar cumpăra produsul sau serviciul tău, luând în considerare demografia, comportamentul, nevoile și motivațiile acestuia. Prin crearea unei Buyer Persona, vei putea personaliza strategiile de marketing și vânzări pentru a răspunde nevoilor exacte ale clienților tăi ideali.

Iată elementele esențiale ale Profilului Clientului Ideal:

- Informații demografice: Vârstă, gen, venit, educație, locație.
- Locul de muncă și rolul: Ce funcție ocupă? Care sunt responsabilitățile și provocările lor la locul de muncă?
- Obiective: Ce încearcă să realizeze? Ce își doresc în viața lor profesională sau personală?
- Dureri și frici: Ce frustrări au? Ce provocări întâlnesc care îi împiedică să își atingă obiectivele?
- Motivații: Ce îi determină să facă o achiziție? Ce factori influențează decizia lor de cumpărare?

Importanța Profilului Clientului Ideal:

- Personalizare
- Îmbunătățirea experienței
- Eficientizarea vânzărilor



Partea 1: Profilul Clientului Ideal

Exemplu



Sfat: Duplicați aceste pagini pentru a repeta exercițiul pentru o altă persoană.



Persoana 1

Adaugă un nume și o imagine reprezentativă

Atribut Cheie

Adaugă adjective pentru a descrie această persoană

Scurtă Descriere

Adaugă fraze pentru a da viață acestei persoane

Nevoi

Adaugă motivele pentru care această persoană a ales să parcurgă acest drum

Dificultăți

Adaugă puncte sensibile sau potențiale frustrări

Oportunități

Adaugă modalități prin care produsul sau serviciul tău poate rezolva punctele sensibile.

Partea 1: Profilul Clientului Ideal

Completează



Sfat: Duplicați aceste pagini pentru a repeta exercițiul pentru o altă persoană.



Persoana 1

Atribut Cheie

Scurtă Descriere

Nevoi

Dificultăți

Oportunități

Harta Călătoriei Clientului

Customer Journey Map (Harta Călătoriei Clientului) este o reprezentare vizuală a procesului prin care trece un client, de la prima interacțiune cu brandul tău până la finalizarea unei achiziții și chiar dincolo de aceasta. Aceasta oferă o perspectivă asupra fiecărei etape pe care clientul o parcurge și evidențiază toate punctele de contact pe care le are cu afacerea ta.

Etapele obișnuite ale Customer Journey includ:

1. **Conștientizare** (Awareness): Clientul descoperă pentru prima dată existența afacerii tale. Acesta poate ajunge la tine printr-o campanie publicitară, social media, recomandări sau căutări online.
2. **Considerare** (Consideration): Clientul începe să exploreze mai detaliat produsele sau serviciile tale și le compară cu alternativele de pe piață. Acesta poate citi recenzii, solicita recomandări sau vizita site-ul tău.
3. **Decizie** (Decision): Clientul ia decizia de a cumpăra și finalizează achiziția, fie în magazin, fie online.
4. **Fidelizare** (Retention): După achiziție, este important să păstrezi o relație cu clientul, oferindu-i suport și valoare suplimentară pentru a-l transforma într-un client fidel.
5. **Recomandare** (Advocacy): Un client mulțumit poate deveni un susținător al brandului tău, recomandându-te altor potențiali clienți și generând astfel noi oportunități de vânzare.

Importanța Customer Journey Map:

- Identificarea punctelor critice
- Îmbunătățirea relației cu clienții
- Optimizarea resurselor



Partea 2: Maparea Călătoriei Clientului

Exemplu



Sfat: Duplică tabelul pentru a repeta exercițiul pentru un alt tip de client.

1

Adaugă Persoana



2

Adaugă aici faza din călătoria clientului

Exemplu Faza Călătoriei:
„Înscriere/Cumpărare”

Faza Călătoriei

Faza Călătoriei

Faza Călătoriei

Acțiuni ale
Utilizatorului
(Activități)

3

Adaugă o activitate pe care clientul tău o face pentru fiecare fază.

Adaugă gândurile tale aici

Adaugă gândurile tale aici

Adaugă gândurile tale aici

Adaugă gândurile tale aici

Puncte de
Contact
(Puncte de
Interacțiune)

Adaugă un punct de contact, precum email, website sau magazin, pentru fiecare fază.

Sentimente
(Baloane de
Gânduri)

Pentru fiecare fază, adaugă posibile sentimente ale utilizatorului în "ghilimele."

Emoții
(Indicator de
Stare)

4

Adaugă punctele de emoție

ÎNCÂNTAT

NEUTRU

FRUSTRAT

Soluții Posibile
(Oportunități de
îmbunătățire a
experienței)

Adaugă o idee pentru fiecare fază aici.



Academia[®]
de Business

Partea 2: Maparea Călătoriei Clientului

Completează



Sfat: Duplică tabelul pentru a repeta exercițiul pentru un alt tip de client.

1



2

3

4

ÎNCÂNTAT

NEUTRU

FRUSTRAT



Academia[®]
de Business

Felicitări!

Dar asta nu e tot...

Pentru a avea succes real și sustenabil în business
ai nevoie de mult mai mult decât un plan general.

Mai precis, trebuie să te bazezi pe **7 piloni esențiali**:

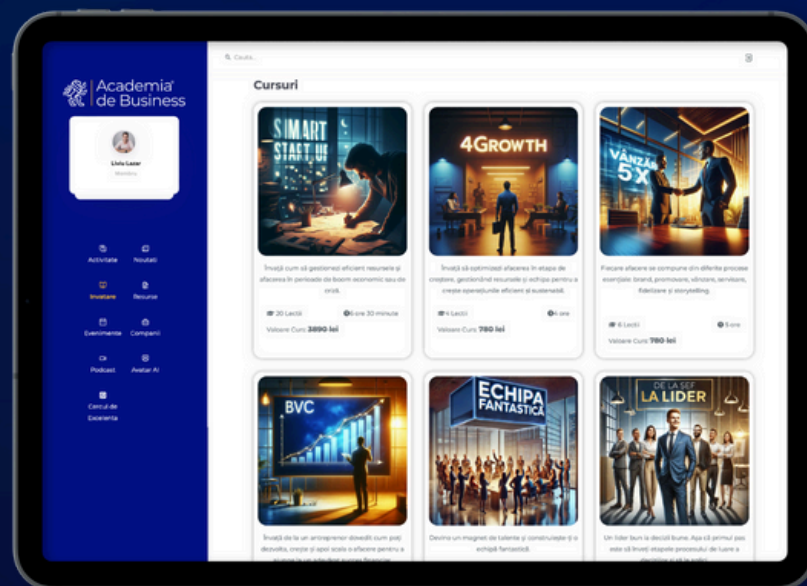
1. Educație Antreprenorială
2. Acces la Experti
3. Creșterea Personală
4. Planificare Strategică
5. Sinteza Tendințelor și Inovațiilor Relevante
6. Acces la Mentori
7. Cercul de Excelență

Aşa s-a născut **Academia de Business...**

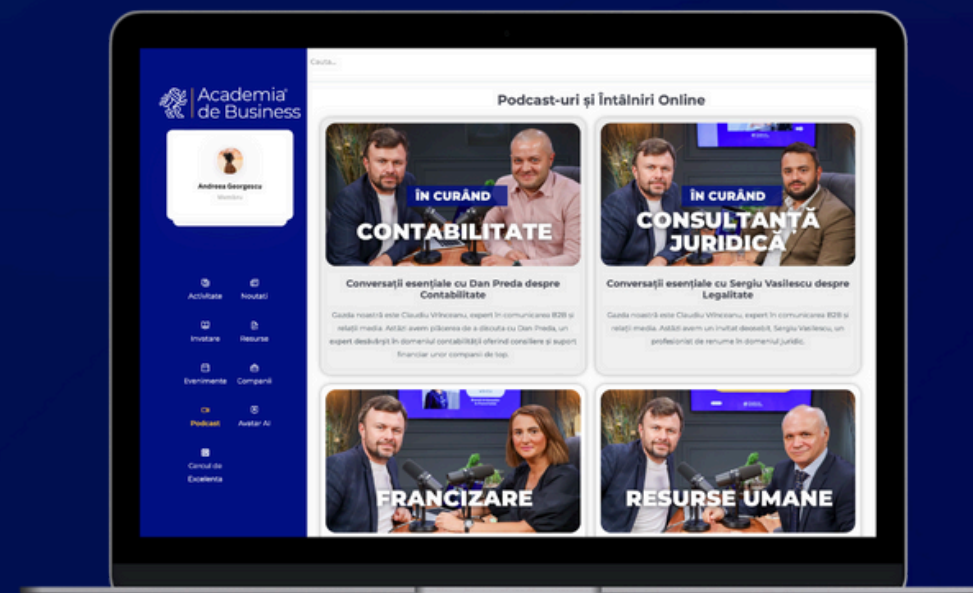
creată de *Cristian Oneţiu*, antreprenor Top 500 Forbes & Top 300 Capital, după ce si-a crescut cifra de afaceri la peste 100 de milioane de euro cumulat şi a mentorat peste 2.000 de antreprenori.

Acum întreabă-te

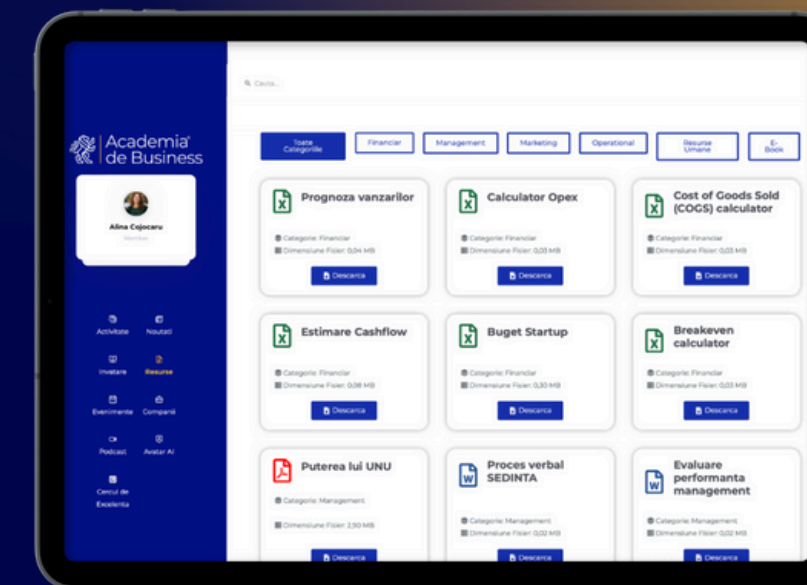
ce ai de pierdut dacă nu acționezi chiar ACUM?



Programe și Cursuri



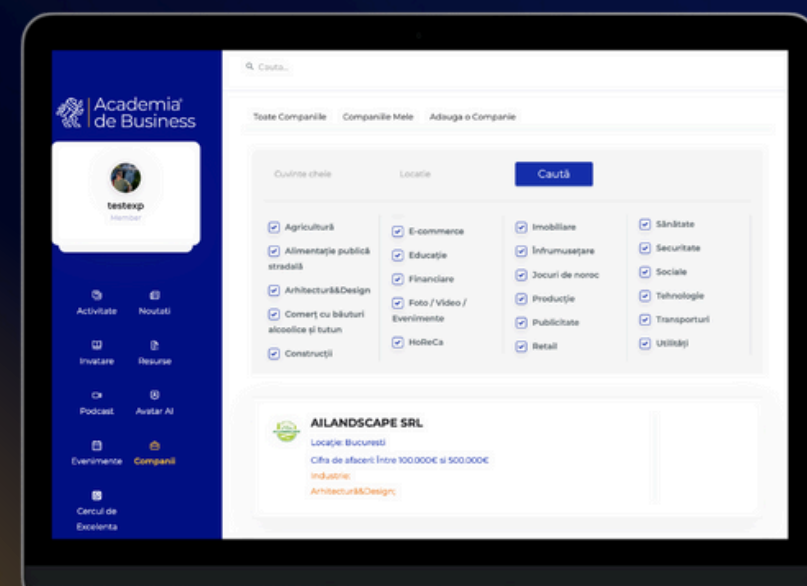
Podcasturi cu Experți



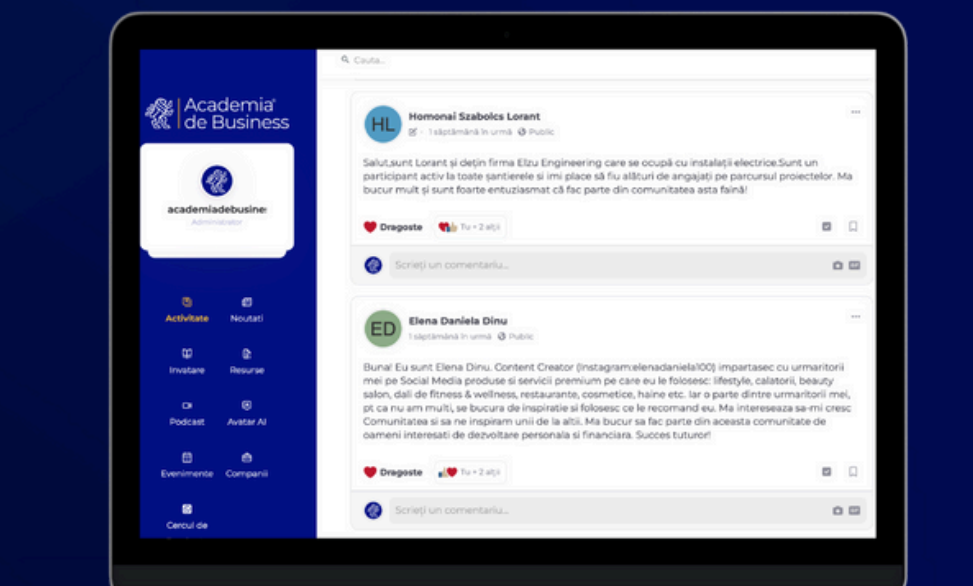
Resurse și Templates

*Intră în Cartierul General
al Antreprenorilor*

Folosește cod: **SPECIAL15** pentru 15% Reducere



Business Matchmaking



Comunitate Exclusivă



Onetiu Avatar AI 24/7