# **Anexa 1.**

**CERERE DE ÎNSCRIERE în cadrul**

**Galei Pro(activ)**

**în cadrul proiectului ”Pro(activ) pe piața muncii - Practică-ți viitorul!”,**

**Cod SMIS: 309786**

Subsemnatul(a), ……………………..................................................................... legitimat(a) cu CI seria ......, nr. ..........., CNP ...................................., domiciliat(a) în loc. .................…………, str. ....................................................., nr. ...…, bl. ...…, sc. ...…, ap. ...…, județul ......................., telefon mobil .................................... și e-mail ..............................................……………….........., student(a) al/a Facultății ......................................................................................................... din cadrul Universității „Ștefan cel Mare” din Suceava, în anul …....., la programul de studii................................................................................................................, vă rog să îmi aprobați înscrierea la **competiția planuri de afaceri / concurs dezbateri** în cadrul proiectului **„Pro(activ) pe piața muncii - Practică-ți viitorul!”.**

Vă mulțumesc!

**Nume, prenume** ..............................................

**Semnătura** .............................................

**Data** ………………………

##

# **Anexa 2.**

**ACORDUL DE PRELUCRARE A DATELOR CU CARACTER PERSONAL**

Subsemnatul(a), ..............................................., legitimat(ă) cu CI seria ...., nr. ..........., CNP ............................., cu domiciliul în localitatea ................., str. .........................................., nr. ......, bl. ......, ap. ......, sector/ județ ....................., student(ă) la Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava, Facultatea .........................................................................................., programul de studii ......................................................................................, anul ………, **declar faptul că sunt de acord cu prelucrarea datelor cu caracter personal în cadrul proiectului cu titlul** **„Pro(activ) pe piața muncii - Practică-ți viitorul!”**, Cod MySMIS: 309786, proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Educație și Ocupare 2021 - 2027, al cărui beneficiar este Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava și consimt în mod expres şi neechivoc ca datele mele cu caracter personal să fie prelucrate, în conformitate cu legislația națională şi europeană în vigoare, prin orice mijloace, de către beneficiar, Autoritatea de Management pentru Programul Educație și Ocupare 2021 - 2027 şi de către orice alt organism abilitat să efectueze verificări asupra modului de utilizare a finanțării nerambursabile.

Am fost informat de către beneficiar că aceste date vor fi tratate confidențial, în conformitate cu prevederile Directivei 95/46/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 24 octombrie 1995 privind protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal și libera circulație a acestor date, transpusă în legislația națională prin Legea nr. 677/2001, cu modificările și completările ulterioare, precum și prevederile Directivei 2002/58/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 12 iulie 2002 privind prelucrarea datelor personale și protejarea confidențialității în sectorul comunicațiilor publice, transpusă în legislația națională prin Legea nr. 506/2004 privind prelucrarea datelor cu caracter personal și protecția vieții private în sectorul comunicațiilor electronice, cu modificările și completările ulterioare.

Înțeleg ca orice omisiune sau incorectitudine în prezentarea informațiilor personale în scopul obținerii de avantaje patrimoniale sau de orice altă natură este pedepsită conform legii, declar ca nu am furnizat informații false în documentele prezentate și îmi asum responsabilitatea datelor conținute în dosarul de candidatură, garantând că datele furnizate sunt actuale, reale, corecte și complete și mă angajez ca, în eventualitatea în care survin modificări privind datele personale care fac obiectul dosarului de candidatură depus *(reînnoirea cărții de identitate, schimbarea numelui, schimbarea adresei de domiciliu etc.*), să anunț echipa de implementare a proiectului și să furnizez documente doveditoare în acest sens.

**Nume, prenume** ..............................................

**Semnătura** .............................................

**Data** ………………………

**Anexa 3.**



**PLAN DE AFACERI**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| [Adresa poștală][Localitate, Jud, Cod poștal] |  | tel. [Telefon]f. [Fax] |  | [E-mail][Adresă web] |

**„Titlu plan de afacere”**

**Cuprins**

[Rezumatul executiv](#_Toc192512833)

[1. Descrierea afacerii si a strategiei de implementare a planului de afaceri](#_Toc192512834)

[2. Analiza SWOT a afacerii](#_Toc192512835)

[3. Schema organizatorica si politica de resurse umane](#_Toc192512836)

[4. Descrierea produselor/ serviciilor/ lucrărilor care fac obiectul afacerii](#_Toc192512837)

[5. Analiza pieței de desfacere și a concurenței](#_Toc192512838)

[6. Strategia de marketing](#_Toc192512839)

[7. Analiza impactului de mediu și social. Strategia de sustenabilitate, inovarea durabila](#_Toc192512840)

[8.Proiecții financiare privind afacerea](#_Toc192512841)

**Rezumatul executiv**

*< Nota : Toate explicațiile încadrate cu < > si font inclinat se vor șterge după completare.>*

 *< Din prima propoziție, „deschideți focul” enunțând scopul planului de afaceri. De fapt, rezumatul reprezintă un plan in miniatura, nu o introducere. In cazul ideal, el ar trebui sa concentreze într-o singura pagina toate ideile pertinente, esențiale ale planului in ansamblu. Rezumatul da tonul planului, determina gradul de interes cu care este parcurs documentul de către evaluatori. Descrieți cine sunteți, ce vreți sa faceți, cum intenționați sa reușiți (strategia de implementare a planului de afaceri) si cat aveți nevoie sa implementați planul de afaceri.>*

**1. Descrierea afacerii si a strategiei de implementare a planului de afaceri**

**Domeniul principal de activitate si codul CAEN al domeniului principal de activitate**

*< Descrieți cat mai exact afacerea dvs., domeniul principal si secundare de activitate, misiunea si viziunea firmei, cat si valorile de baza ale acesteia. >*

**MISIUNEA FIRMEI**

Misiunea firmei mele este următoarea:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**VALORILE DE BAZĂ**

Cele mai importante valori ale firmei mele sunt următoarele:

|  |  |
| --- | --- |
| Valori de bază | **Coeficient de importanță\*** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

\* 1 – importanța cea mai mică, 10 – importanța cea mai mare

**Descrierea proiectului si a nevoii identificate**

*< Descrieti cat mai exact afacerea/proiectul si ce nevoi concrete, reale ale consumatorilor / necesitati ale clientilor satisface.* *Precizati in ce consta proiectul si care sunt principalele activitati necesare. Exemplu: studiu piata, achizitie sau inchiriere spatiu, amenajare spatiu, achizitie echipamente, recrutare si selectie personal, productie, aprovizionare, promovare, etc. >*

**Locatia poiectului si modul de asigurare cu utilitati**

*< Specificati unde va fi spatiul / punctul de lucru unde va veti desfasura activitatea si o descriere a spatiului. Descrieti ce utilitati aveti nevoie pentru a va desfasura activitatea (de ex. alimentare cu apa, caldura, gaz, internet, telefonie, etc.) si cum vor fi asigurate acestea >*

**Planul de investitii si cheltuieli functionare**

*< Completati o lista a cheltuielilor previzionate pentru a demara afacerea dvs., conform tabelului din conitnuare. Inserati cat linii sunt necesare >*

**Costurile infiintarii si demararii afacerii**

| **Nr. crt.**  | **Categorie cheltuieli** | **UM** | **buc.** |  **Val. unit. fara TVA**  |  **Valoare fara TVA**  |  **TVA**  |  **Total**  |  **OBS**  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 2 |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 3 |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 4 |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 5 |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 6 |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 7 |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 8 |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 9 |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 10 |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 11 |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 12 |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 13 |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 14 |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 15 |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 16 |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 17 |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 18 |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 19 |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 20 |   |   |   |   |  |  |  |  |
| **TOTAL** |  |  |  |  |

**Descrieti necesitatea fiecarei cheltuieli si necesitatea finantarii**

*< Descrieti procesul de productie / prestare servicii / executie lucrari a afacerii dvs., in cadrul caruia sa rezulte utilizarea echipamentelor pe care doriti sa le achizitionati. >*

*ANEXA - Oferte / Cotatii de pret achizitia de echipamente, software, etc necesare fundamentarii proiectului de investitii*

**Plan de finantare a proiectului**

*< Incercati sa identificati surse de finantare ale afacerii dvs. (de ex. imprumut asociati, credit bancare, atragere investitori, fonduri de finantare nerambursabila, etc. >*

**Obiective**

*< Fixati obiective cuantificabile si realiste ale afacerii dvs.; nu uitati de cifra de afaceri, profitul, cota de piata si numarul de salariati pe un orizont de timp de 3 ani >*

**OBIECTIVELE FIRMEI**

Obiectivele firmei mele sunt următoarele:

|  |  |
| --- | --- |
| **Obiective cantitative** | **Termen de realizare** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
| **Obiective calitative** | **Termen de realizare** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**Rezultate si Indicatori**

*< Prezentati cat mai concret si detaliat ce rezultate si indicatori v-ati propus si strategia de implementare a planului de afaceri >*

**Durata de functionare a afacerii**

Nedeterminata ...................../ Determinata .....................– numar de luni/ani

**2. Analiza SWOT a afacerii**

*< Cel mai cunoscut instrument de analiza il reprezinta analiza SWOT. Denumirea este data de initialele cuvintelor in limba engleza Strenghts (Puncte Forte), Weaknessses (Puncte Slabe), Opportunities (Oportunitati) si Threats (Amenintari). Domenii in care puteti identifica puncte forte si puncte slabe: productie, management, marketing, experienta, proprietate intelectuala, cladire si echipamente, tehnologie, finante. Domenii in care pot apare oportunitati si amenintari: piata (ex. piata se dezvolta vs piata in declin); legislatia; cursul de schimb; tendinte economice (expansiune vs declin). Acest model presupune ca organizatia dvs. sa abordeze o strategie prin care sa se alinieze la mediul intern si extern. Exemplu de strategii: se utilizeaza fortele pentru a profita de oportunitati sau a reduce amenintarile; se utilizeaza oportunitatile pentru a evita slabiciunile, etc. >*

**DIAGNOSTIC INTERN ŞI EXTERN**

Punctele forte ale firmei mele sunt următoarele:

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

Slăbiciunile firmei mele sunt următoarele:

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

Există următoarele oportunităţi:

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

Ameninţările externe care influenţează activitatea firmei mele sunt următoarele:

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

**3. Schema organizatorica si politica de resurse umane**

*< In aceasta sectiune, prezentati organigrama afacerii dvs. si resursele umane- personalul angajat. Precizati numarul total de locuri de munca create (necesarul de personal ), cu norma intreaga sau fractiune de norma si functia pentru fiecare salariat. >*

Echipa de management

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Nume si prenume  | Funcția  | Studii  | Experiența in domeniul de activitate al afacerii  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

Personal executiv și administrativ

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Nume si prenume  | Funcția  | Studii  | Experiența in domeniul postului vizat  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**ANEXA - Curriculum vitae echipa de management**

**4. Descrierea produselor/ serviciilor/ lucrărilor care fac obiectul afacerii**

*< Va rugam sa furnizati o descriere a produselor oferite, caracteristici tehnice, performante, cantitate. In cazul serviciilor descrieti trasaturile acestora. In cazul comertului, precizati grupele de produse pe care le veti vinde, cantitatea, daca vanzarea este cu amanuntul sau cu ridicata si daca veti furniza servicii specifice (post vanzare, garantii, reparatii, mentenanta, etc. . In cazul serviciilor, descrieti ce tip de servicii – prestate populatiei sau prestate operatorilor economici, cantitate. >*

**DESCRIEREA PRODUSELOR, A LINIILOR DE PRODUSE ŞI APRECIEREA LOR**

Descrierea produselor

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Linii de produse Calitate Preţ

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Aprecierea servirii

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**5. Analiza pieței de desfacere și a concurenței**

*< Analiza pietei va urmari tipul de piata, dimensiunea pietei tinta si aria de acoperire. Piata produsului de referinta sau piata relevanta este data de intreaga populatie de utilizatori si consumatori ai produselor de acelasi gen. In functie de natura clientului, piata pe care actioneaza firma poate fi de urmatoarele tipuri: a. de consum sau individuala; b. de afaceri sau organizationala. Dimensiunea pieței țintă (mărimea pieței țintă și tendințele de evoluție pe orizontul de operare al obiectivului); Identificați aria geografică de acoperire a produsului/ serviciului. Analiza pietei va continua cu identificarea clienţilor potenţiali, volumul vânzărilor, produse/ grupe de produse (detalii suplimentare vor fi solicitate la elaborarea previziunilor financiare) si analiza necesităților clienților existenți și potențiali.*

*Analiza concurentei va evidentia principalii concurenţi interni sau externi, ponderea lor pe piaţă, punctele tari şi punctele slabe ale produsului/serviciului dvs. comparativ cu cel al competitorilor (direcţi şi indirecţi).>*

**SEGMENTAREA CLIENŢILOR**

Segmentul de clienţi 1

|  |  |
| --- | --- |
| Descriere | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
|  | Numărul clienţilor actuali Numărul clienţilor potenţiali Total clienţi segmentul 1  |

Segmentul de clienţi 2

|  |  |
| --- | --- |
| Descriere | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
|  | Numărul clienţilor actuali Numărul clienţilor potenţiali Total clienţi segmentul 1  |

Segmentul de clienţi 3

|  |  |
| --- | --- |
| Descriere | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
|  | Numărul clienţilor actuali Numărul clienţilor potenţiali Total clienţi segmentul 1  |

**PROFILUL SEGMENTULUI DE CLIENŢI**

Procesul decizional

Cine cumpără produsul nostru?

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

Cine influenţează decizia de cumpărare?

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

Unde se ia decizia de cumpărare?

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

Nevoile clienţilor

Care sunt criteriile de cumpărare?

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

De ce are clientul nevoie de produsul nostru?

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

Când conştientizează clientul existenţa unei nevoi?

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

Ce funcţie îndeplineşte produsul nostru pentru client?

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

Nu există un alt produs mai bun?

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

Ce servicii aşteaptă clientul să i se ofere?

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

Ce obligaţii pe termen lung îşi asumă firma faţă de client?

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

De ce un client alege o marcă în defavoarea alteia?

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

Avantajele căutate de clienţi

Ce beneficii obţine clientul în urma utilizării produsului nostru?

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

Criteriile de cumpărare

Ce produse cumpără clientul nostru?

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

Ce tehnică de vânzare preferă clientul?

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

Cât durează actul de vânzare-cumpărare?

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

Cât este dispus clientul să cheltuiască?

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

De unde poate clientul să obţină informaţii despre produs?

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

Când înlocuiesc clienţii, de obicei, produsele cumpărate?

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

***Unităţile strategice de afaceri***

|  |  |
| --- | --- |
|  | *Pieţe de desfacere* |
| *Grupa de clienţi 1* | *Grupa de clienţi 2* | *Grupa de clienţi 3* |
| *Produsul 1* |  |  |  |
| *Produsul 2* |  |  |  |
| *Produsul 3* |  |  |  |

**Evaluarea şi ordonarea unitărilor strategice de afaceri (SBU)**

1 = SBU puternică. Vă cunoaşteţi clienţii şi aveţi capacitatea de a le satisface nevoile.

10 = SBU slabă. Nu vă cunoaşteţi clienţii şi nu ştiţi dacă le puteţi satisface nevoile.

|  |  |
| --- | --- |
| SBU | Nota |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**6. Strategia de marketing**

*< Strategia de marketing va fi elaborata pentru fiecare dintre elementele mixtului de marketing, si anume: strategia de produs (se va descrie amănunțit produsul/serviciul, menționându-se caracteristicile și avantajele pe care le oferă clienților); strategia de pret - pret de stratificare, pret de penetrare, reduceri de pret, etc. Strategia de distribuție (metode de vânzare și canale de distribuție). Strategia de promovare și relații 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 – reclama, stimulentele de vanzare, relatiile publice, vanzarea personala, etc. >*

7. Analiza impactului de mediu și social. Strategia de sustenabilitate, inovarea durabila

*< Includeti o analiză detaliată a impactului potențial al afacerii lor asupra mediului și comunității. Acest lucru ar trebui să includă identificarea resurselor utilizate, a deșeurilor generate, a emisiilor de carbon și a impactului asupra biodiversității, precum și evaluarea impactului social asupra angajaților, clienților și comunității locale. Propuneti o strategie de sustenabilitate, inovarea durabila>*

**8.Proiecții financiare privind afacerea**

*< Tabelele de mai jos sunt cu titlu de exemplu, antreprenorul are libertatea de a dezvolta un tabel mai detaliat, in care sa prezinte toate veniturile si cheltuielile din exploatare pe o perioada de 3 ani de activitate. Proiectiile financiare vor fi corelate cu informatiile prezentate in capitolele precedente. >*

**Cheltuielile directe şi indirecte**

| **Categorie cheltuieli** | **Luna 1 (lei)** | **Luna 2 (lei)** | **Luna 3 (lei)** | **….** | **…** | **Luna N (lei)** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Cheltuieli de producţie directe** |  |  |  |  |  |  |
| Materii prime/materiale consumabile |  |  |  |  |  |  |
| Materiale auxiliare |  |  |  |  |  |  |
| Manoperă directă (salarii + taxe şi contribuţii sociale) |  |  |  |  |  |  |
| Energie, alte utilităţi |  |  |  |  |  |  |
| Subansamble |  |  |  |  |  |  |
| Servicii sau lucrări subcontractate |  |  |  |  |  |  |
| Alte cheltuieli directe |  |  |  |  |  |  |
| **Cheltuieli de producţie indirecte** |  |  |  |  |  |  |
| Administraţie / Management |  |  |  |  |  |  |
| Cheltuieli de Birou / Secretariat |  |  |  |  |  |  |
| Cheltuieli de transport |  |  |  |  |  |  |
| Cheltuieli securitate (de exemplu pază etc.) |  |  |  |  |  |  |
| Cheltuieli de protecţia muncii şi a mediului |  |  |  |  |  |  |
| Alte cheltuieli indirecte |  |  |  |  |  |  |
| **TOTAL** |  |  |  |  |  |  |

**Vanzari preconizate pe luna**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nr. crt.**  | **Produs** | **Luna 1 (lei)** | **Luna 2 (lei)** | **Luna 3 (lei)** | **….** | **…** | **Luna N (lei)** |
| 1 | Produs 1 / Client 1 |  |  |  |  |  |  |
| 2 | Produs 1 / Client 2 |  |  |  |  |  |  |
| 3 | Produs 1 / Client 3 |  |  |  |  |  |  |
|  | **Subtotal Produs 1** |  |  |  |  |  |  |
| 1 | Produs 2 / Client 1 |  |  |  |  |  |  |
| 2 | Produs 2 / Client 2 |  |  |  |  |  |  |
| 3 | Produs 2 / Client 3 |  |  |  |  |  |  |
|  | **Subtotal Produs 2** |  |  |  |  |  |  |
| 1 | Produs 3 / Client 1 |  |  |  |  |  |  |
| 2 | Produs 3 / Client 2 |  |  |  |  |  |  |
| 3 | Produs 3 / Client 3 |  |  |  |  |  |  |
|  | **Subtotal Produs 3** |  |  |  |  |  |  |
| **TOTAL** |  |  |  |  |  |  |

**ANEXE**

Curriculum vitae echipa de management

Oferte / Cotații de preț achiziția de echipamente, software, etc necesare fundamentării proiectului de investiții