

Home » Antreprenoriat » Ce trebuie sa stii despre o afacere start-up

Ce trebuie sa stii despre o afacere start-up

Articol de **Anda Racsa** | 13 Iulie 2007

Trainer si Consultant, ABC Training Consulting



comenteaza recomanda print

Viziunea presupune sa stii cum va arata afacerea peste 3-5 ani si anume: care este locul acesteia pe o anumita piata, care sunt clientii si ce necesitati de consum sunt satisfacute, care este avantajul concurential care sustine succesul afacerii.

Actiunea inseamna dezvoltarea unui plan care contine etapele de dezvoltare ale afacerii: infiintarea firmei, amenajarea locatiei, angajarea personalului, promovarea afacerii, realizarea si livrarea produselor sau serviciilor, precum si evaluarea raportului dintre resursele alocate si rezultatele obtinute.

Increderea in sansa de reusita trebuie sa fie extrem de puternica si sa reprezinte sursa de energie pentru depasirea oricarei dificultati.

Avantajele unei afaceri start-up

Start-up-urile se caracterizeaza prin urmatoarele **avantaje**: flexibilitate in relatiile cu partenerii comerciali, decizii manageriale rapide, numar redus de angajati si gestionarea eficienta a relatiilor interumane.

Insa, pentru a maximiza succesul afacerii trebuie identificat si promovat elementul de diferentiere al afacerii. Acesta confera avantaje concurentiale si fidelizeaza relatia cu partenerii comerciali prin: adaptarea produselor si serviciilor la cerintele clientilor, diminuarea timpului de livrare, optimizarea raportului intre pret si calitate, furnizarea serviciilor post-vanzare, **asistenta** online permanenta.

Riscuri in afaceri

Sunt diverse riscuri care afecteaza in aceeasi masura si start-up-urile si firmele "mature": dinamica mediului de afaceri si cresterea concurentei, accesul limitat la surse de finantare, lipsa de informatii cu privire la reglementarile europene pentru diverse domenii de activitate.

Pentru diminuarea efectelor acestor riscuri potentiale, antreprenorul si **echipa** manageriala trebuie sa fie "conectati" si preocupati pentru accesul la informatii relevante pentru domeniul lui de activitate. Pe baza acestui flux de informatii, ei vor analiza oportunitatile si riscurile care pot sa provina din mediul extern al firmei (economic, legislativ, social) si isi vor stabili obiectivele si strategiile de dezvoltare a afacerii.

Obiectivele afacerii

O afacere care se bazeaza pe un management performant, isi defineste obiectivele dupa regula **SMART**. Adica orice obiectiv trebuie sa fie: **Specific, Masurabil, Adevarat** (posibil de realizat), **Relevant, determinat in Timp**.

Obiectivele strategice sau obiectivele afacerii pe termen lung (3-5 ani) trebuie sa aiba in vedere cateva elemente extrem de importante pentru dezvoltarea afacerii: dimensiunea cifrei de afaceri si a profitului net, volumul de investitii materiale in resurse umane si in promovarea afacerii, necesarul si structura de finantare.

Obiectivele afacerii pe termen mediu (1-3 ani) si **scurt** (1 an) deriva din obiectivele strategice si vizeaza detaliera obiectivelor comerciale (oferta de produse si servicii, piata tinta, clientii vizati, promovarea afacerii, forta de vanzare, canalele de distributie) si a obiectivelor de investitii (amenajarea locatiei, achizitionarea de masini, echipamente, programe informatice).

Trebuie sa subliniem ca pentru realizarea oricarui obiectiv, trebuie sa existe o **strategie** care sa evidentieze etapele de actiune, termenele intermediare si finale, resursele si responsabilitatile alocate si rezultatele ce trebuie obtinute.

Rezultatele unui strategii se reflecta in situatia generala a firmei, care poate fi analizata periodic (lunar, trimestrial, semestrial si anual) cu ajutorul unor indicatori relevanti, cum ar fi: evolutia si structura cifrei de afaceri, numarul clientilor si valoarea medie a tranzactiilor, nivelul profitului si al lichiditatilor banesti, productivitatea muncii.

Strategii de afaceri

In cazul start-up-urilor, strategiile de afaceri sunt rezultatul experientei personale si abilitatilor manageriale ale intreprinzatorului.

Sunt situatii in care firmele isi incep activitatea fara sa aiba stabilite obiective si strategii clare, intreprinzatorii **bazandu-se doar pe fler** si pe oportunitatile existente pe piata.

Insa, pe masura ce afacerea se dezvolta, se resimte **nevoia unui management performant**, bazat pe strategii specifice pentru dezvoltarea firmei (piete noi, produse noi, parteneriate, fuziuni), strategii pentru finantarea afacerii (autofinantare, credite comerciale, credite bancare), strategii privind personalul (programe de training, planuri de cariera, politici de evaluare si salarizare).

In cazul start-up-urilor este vorba de construirea unor **strategii "cu baza zero"**, ceea ce inseamna ca firma nu are un istoric dupa care sa se ghideze pe baza unei analize intre obiective si rezultate, efecte si eforturi.

Pentru elaborarea strategiilor in faza de start-up, intreprinzatorii pot sa se orienteze dupa modelul altor firme existente pe piata, inasa trebuie sa aduca si un plus de **originalitate** pentru a se diferentia de concurenta.

ARTICOLE SIMILARE

Dezvoltare romaneasca, bani europeni
Peste 21,46 de milioane de someri in UE
Somajul din UE ia amploare
Numarul locurilor de munca vacante in scadere
13.178 de locuri de munca vacante intre 18 mai si 4 iunie 2009
Somajul loveste Uniunea Europeana
Romania restanta la educatie
Somajul in 2008: calmul dinaintea furtunii
Peste 11.000 de noi locuri de munca scoase la concurs
Romanii sunt reticenti la invatamantul online