



Buna din nou! Sunt fericit să te
văd în al doilea modul!

Bine ai venit! Modulul 2 – Business Plan

Metodologia acestui modul este simplă, urmează-l pe Petru pentru elementele financiare și tehnice de bază ale planului de afaceri. Veți găsi idei, explicații pentru a vă apropia de cheile acestui subiect.

Acest modul este împărțit în x secțiuni. Petru se așteaptă să desfășoare activitate în jur de 50 de minute, după care va avea o pauză de 10 minute ... mai mult sau mai puțin.

Lăsați curiozitatea să vă conducă pentru a afla mai multe despre planul de afaceri!

2 – Modul Business Plan

Ce poți învăța în acest modul?

Acest modul se referă la elementele planului de afaceri, focalizat pe aspectele financiare ale acestuia. Acesta prezintă, de asemenea, tehnici de generare de idei pentru a ajuta antreprenorii să-și dezvolte planul de afaceri într-un mod practic.

Durata modulului în ore
6 ore de învățare teoretică (1h) și practică on-line (5h)

Acum vom vorbi despre planul de afaceri. Ai nevoie de unul?



Index

Capitole:

1. Definiție
2. De ce am nevoie de un plan de afaceri
3. Cum fac un plan de afaceri
4. Planul de afaceri
5. Rezumat
6. Detalii de afaceri
7. Strategia de marketing și vânzări
8. Echipa de management și personal
9. Înființare
10. Planul financiar și proiecțiile financiare

Acestea sunt principalele puncte
despre aceasta vom vorbi.

Rezultate:

1. Pentru a aborda importanța planului de afaceri
2. Pentru a cunoaște și a înțelege legătura dintre elementele planului de afaceri.
3. Pentru a cunoaște și înțelege principalele componente financiare ale unui plan de afaceri.
4. Pentru a afla procesul de dezvoltare a unui plan de afaceri.

Și ... acestea sunt rezultatele așteptate.





Sfaturi

Do it is the key!. Acesta este începutul, ideea ta, sunteți aici pentru că sunteți interesați în a dezvolta un plan de afaceri sustenabil.

Vei găsi exerciții la sfârșitul fiecărei secțiuni a acestui modul. Urmăți explicațiile și încercați să obțineți cele mai bune rezultate... și amintiți-vă: practica face perfecțiunea.

1. Business Plan (Definitie)




Planul de afaceri ... aceasta este
o temă uimitoare!

Definiția planului de afaceri:

Un plan de afaceri este o descriere scrisă a viitorului afacerii tale, de obicei, pe o perioada de cinci ani, sintetizat într-un document care spune ce ai de gând să faci și cum vei face pentru a-ti mentine sustenabila afacerea in timp. De exemplu, dacă vei scrie un paragraf pe spatele unei bucati de hârtie referitor la strategia de afaceri, ai inceput deja un plan, sau cel puțin ideea unui plan. Desigur, aceasta este o simplificare, dar vă puteți gândi că aveți aceeași idee în cap.

Planul de afaceri se intocmeste atat atunci cand esti la inceput de drum cu initiativa ta de afaceri, dar si pe parcurs, pentru dezvoltarea afacerii tale.

1/2




Identificarea unei definiții este
întotdeauna o modalitate bună
de a începe ...

Definiție plan de afaceri.

Planurile de afaceri sunt în mod inerent strategice. Incepi aici, astăzi, cu anumite resurse și abilități. Vrei să ajungi la acolo, un punct în viitor (vizam de obicei o perioadă de la trei la cinci ani), timp în care afacerea ta va avea un set diferit de resurse și abilități precum și o mai mare profitabilitate și o creștere a activelor. Planul dvs. arată modul în care vei ajunge de aici acolo.

2/2



Dacă găsiți un link în text nu uitați să-l accesați...



Vom aduna cât mai multe
informații putem înainte de a
trage concluzii ...

Un plan de afaceri este un instrument fundamental in orice afacere si trebuie să aibă în loc înainte de începerea operațiunilor sale. De obicei, băncile și firmele cu capital de risc fac din existența unui plan de afaceri viabil o condiție necesară pentru investirea fondurilor într-o afacere. Un plan de afaceri bun începe cu un rezumat al afacerii; include o descriere detaliată a activității, serviciile și / sau produsele sale; și precizează modul în care afacerea intenționează să își atingă obiectivele. Acesta ar trebui să ofere, de asemenea, cel puțin o imagine de ansamblu a industriei din care face parte activitatea prestata, dar și modul în care se va diferenția de potențialii săi concurenți.



PLANUL DE AFACERI

= un document care descrie modul de functionare al unei afaceri, cu accent pe punctele cheie ale acesteia, privite in deplina corespondenta cu riscurile ce pot interveni si oportunitatile ce pot aparea.

= nu se refera doar la pornirea unei afaceri, ci este vital si pentru ***continuarea si dezvoltarea unei afaceri*** deja existente.



Daca sari peste planul de afaceri, o faci pe propriul risc!

Orice afacere are nevoie de planuri pentru ***optimizarea cresterii si dezvoltarea prioritatilor.***

Planul de afaceri se refera la rezultate

Priveste-l ca pe un proces si apoi ca pe un document.

Rezumat

Este un instrument pentru a înțelege modul în care se va desfășura afacerea. Puteți să-l utilizați pentru a monitoriza progresul, pentru a lua decizii și a controla soarta afacerii. Și, desigur, este un instrument de vânzări și de recrutare pentru a atrage în organizație viitorii angajați sau investitori cheie.

Pe termen scurt, planul de afaceri este o prezentare explicită a ceea ce reprezintă ideea ta de afacere, incluzând nu numai conceptul, ci și modul în care crezi că se va efectua/ derula.



Ah, plan de afaceri, am auzit
atât de mult despre acest
subiect!



Nu ma pot opri din citit...

2. De ce am nevoie de un plan de afaceri?



De ce am nevoie de un plan de afaceri?

De ce am nevoie de un plan de afaceri

Scrierea unui plan de afaceri nu înseamnă că trebuie să stai într-o bibliotecă luni de zile pentru a elabora multe pagini de text. Poți crea un plan în mai puțin de o lună, într-un program de lucru part time. Poți utiliza un format de prezentare cum ar fi PowerPoint sau Keynote pentru a economisi timp și a face planul mai ușor de partajat.

Nu toți fondatorii sunt la fel, desigur. Unii vor dori să-și planifice mai detaliat anumite componente precum: atragerea de capital sau analiza de risc atunci când și-ar investi în afacere propriile economii pentru a-și crea un loc de muncă sau pentru a-și susține familia ..

1/4



De ce este nevoie de un plan de afaceri?

Din pacate, nu toti Intreprinzatorii cred in necesitatea unui plan de afaceri si il privesc ca pe un proces teoretic, cu putine implicatii practice.

Oricine conduce o afacere are nevoie de un plan de afaceri, acesta fiind harta si compasul oricarui business, aratand *obiectivele, prioritatile si resursele financiare necesare.*



Ai nevoie de un plan de afaceri pentru ca ***ai nevoie de un imprumut.*** Majoritatea bancilor fie il cer obligatoriu, fie il asteapta implicit. Bancile asteapta un sumar al afacerii, precum si punctele cheie ale acesteia.

Ai nevoie de un plan de afaceri pentru ca ***ai nevoie de un partener de investitii.*** Planul nu iti garanteaza investitorul, insa lipsa planului duce inevitabil la lipsa investitorului. Planul de afaceri defineste un acord intre parteneri referitor la beneficiile potentiale ale unui business.



Ai nevoie de un plan de afaceri ***pentru a comunica cu echipa de management***, intrucat un grup de oameni nu se poate angaja intr-un plan pe care nu-l cunoaste.

Planul de afaceri genereaza ***un inceput si un sfarsit*** pentru fiecare sarcina si persoana din echipa de implementare. ***Rutina de zi cu zi*** generata de o afacere deturneaza atentia si de la problemele fundamentale, si de la detaliile afacerii. Exista ***riscul ratarii unor oportunitati*** din cauza unei comunicari deficitare intre persoanele implicate.



Succesul in afaceri depinde fundamental de:

- planificarea pasilor,
- setarea prioritatilor,
- alocarea resurselor si
- controlul lichiditatilor.

- Inceperea unei noi afaceri este pe cat de captivanta, pe atat de provocatoare. Expresii ca „nu am timp pentru planul de afaceri” sau „sunt prea ocupat pentru a scrie planuri” trebuiesc evitate.
- Conceperea unui plan de afaceri, desi pare o activitate pur teoretica, este primul si cel mai important pas in antreprenoriat. A face acum un plan de afaceri iti poate economisi timp si stres pe mai tarziu.



- Scrierea unui plan de afaceri este vitală pentru ordonarea cât mai multor elemente de care depinde succesul afacerii tale, în primul rând pentru tine și apoi pentru bănci sau investitori.

De ce am nevoie de un plan de afaceri

E în regulă și cu mai puține detalii dacă acest lucru nu crește riscul financiar sau nivelul investițiilor. De exemplu, poți experimenta pentru a afla ce consumatori vor fi interesați înainte de a te gândi cu privire la punerea în aplicare sau la finanțare.

Ultimul lucru pe care ai vrea să-l faci este să lucrezi în propria organizație timp de un an, doar pentru a realiza că a fost sortit eșecului încă de la început. Mulți fondatori aleg calea cea mai grea pentru că nu au pus deoparte suficient capital pentru a-și atinge obiectivele sau își aleg parteneri cu abilități și/ sau resursele greșite...

2/4



Sa mergem puțin mai departe...



Acum înțeleg importanța acestui
subiect ...

De ce am nevoie de un plan de afaceri?

Uneori, în timpul implementării afacerii tale, vei fi atât de pasionat de ideile tale încât vei pierde din vedere realitatea. În alte momente, te poți simți copleșit de îndoială, teamă sau epuizare.

Dezvoltarea și partajarea unui plan de afaceri te poate asigura că mergi pe calea cea bună.

3/4



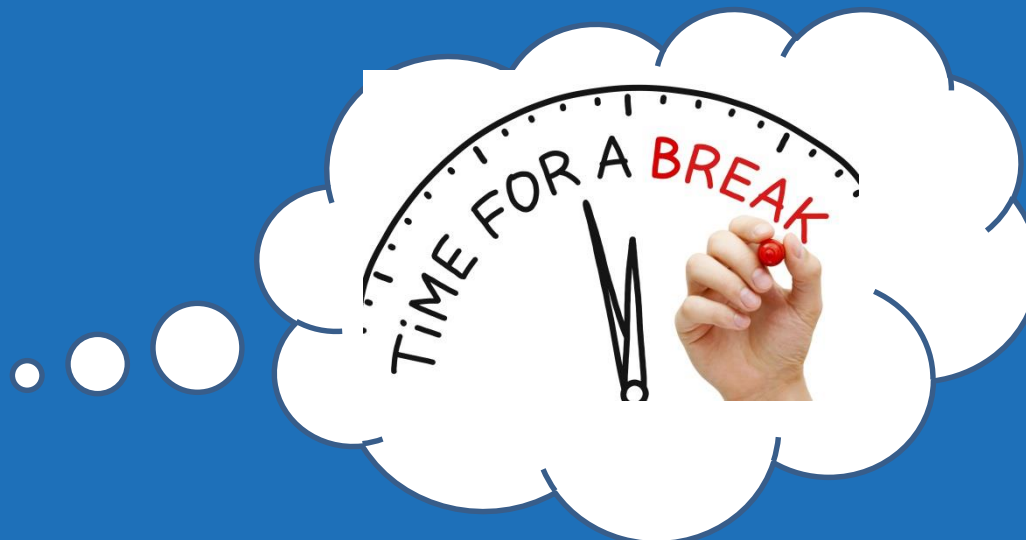
De ce am nevoie de un plan de afaceri

Intr-o afacere, executia este totul. Asta înseamnă că trebuie să stabilești priorități, obiective și măsura performanței afacerii tale. De asemenea, trebuie să identifici întrebările cheie, cum ar fi:

1. „Ce caracteristici au clienții mei?”
2. „Clienții vor cumpăra produsul și cât de mult vor plăti pentru el?”
3. „Cum pot atrage clienți într-un mod rentabil și scalabil?”

Acestea sunt lucrurile pe care le veți aborda în timpul procesului de planificare a afacerii.

4/4





Cum fac un plan de afaceri

Puteți utiliza un șablon, un software specific (Word, Excel) sau o hârtie simplă, în orice caz, aveți nevoie de o idee. Dacă ai o idee de afaceri, ai un plan și, prin urmare, puteți scrie un plan de afaceri.

Planul dvs. de afaceri este, în esență o serie de răspunsuri la o listă cuprinzătoare de întrebări. Prima și cea mai importantă întrebare este aceasta: în cazul în care vrei afacerea ta pentru a merge? Altfel spus, ce vrei afacerea ta sa arate ca in trei, cinci sau chiar 10 sau mai mulți ani? Ce nivel de venituri și profituri aveți în acel moment? Câți angajați? Câte locații? Si asa mai departe.

<http://www.forbes.com/sites/davelavinsky/2014/01/30/how-to-write-a-business-plan/#58a808e24a38>

1/4



Dacă găsiți un link în text nu uitați sa-l urmariti...



Și acum, cum o să faci ...

3. Cum faci un Business Plan



Exista un plan de afaceri standard?

Potrivit expertilor, chiar daca forma poate fi diferita de la un plan la altul, un plan de afaceri obisnuit include un set de **elemente cheie**:

- Descrierea si istoricul companiei
- Descrierea produselor, serviciilor si pietelor relevante
- Previziuni asupra pietei si vanzarilor
- Echipa de conducere
- Analiza financiara a companiei

Fiecare plan de afaceri depinde de situatia specifica a fiecărei companii: descrierea echipei de conducere este importanta pentru investitori, in timp ce analiza financiara este importanta pentru banci.

Ce este cel mai important intr-un plan de afaceri?

- Analiza fluxului de lichiditati si
- Strategia specifica de implementare

Fluxul de lichiditati este vital pentru orice companie.

Lichiditatea este adesea confundata cu profitul, desi acestea nu se suprapun

- Existenta profitului nu garanteaza lichiditatea in banca
- Multe companii profitabile au probleme din cauza unei lichiditati scazute

Detaliile de implementare -raspund la intrebarea „cum vei face”?

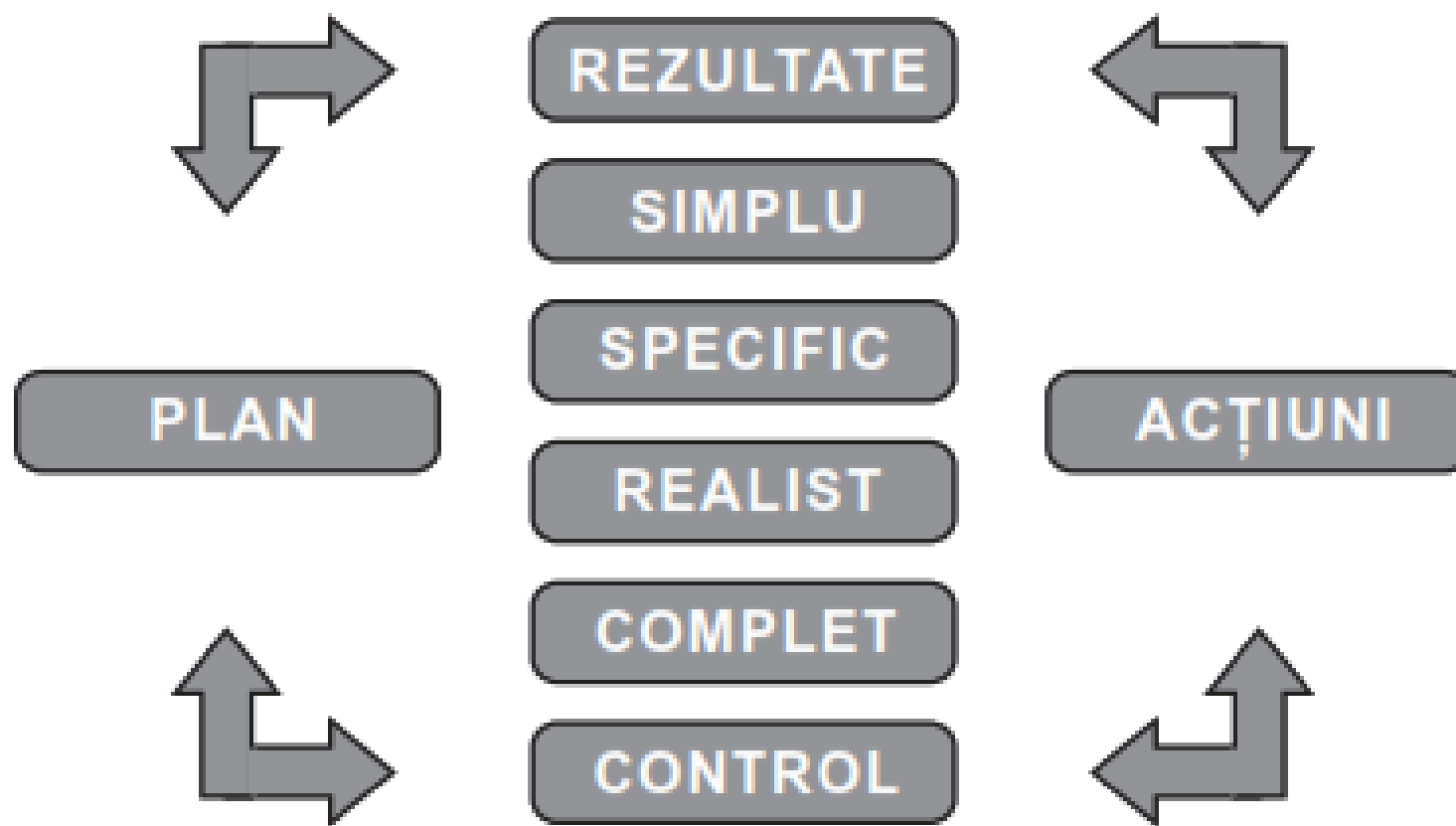


UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Planificarea este un proces, nu doar un plan






O posibila structura a unui plan de afaceri

- **Rezumatul planului** - scrie-l ultimul. Contine 1-2 pagini de elemente cheie.
- **Descrierea companiei** - forma juridica, istoricul, portofoliul celor mai importante realizari.
- **Descrierea produselor si serviciilor** - descrie ce vinzi si arata beneficiile clientilor.



- **Analiza pietei** - arata ca stii piata, nevoile clientilor, unde sunt acestia si cum ajungi la ei.
- **Strategia si implementarea** - fii concret, arata responsabilitatile managementului, cu bugete si termene de realizare.
- **Echipa de conducere** - arata performantele profesionale ale persoanelor cheie, precum si strategia de personal
- **Planul financiar** - include conturile de profit si pierdere, bugetul de venituri si cheltuieli, lichiditatea, bilantul contabil etc.



Sunt atât de multe lucruri pe
Internet!

Un video care vă poate ajuta:

**Cum termini planul de
afaceri intr-o zi**

Click on the screen



https://youtu.be/6sAcmyM3C_M

Exercițiu:

Este timpul pentru un exercițiu:

Citeste cu atentie Planul de afaceri pus la dispozitie de catre formatorul tau (atat sectiunile descriptive, cat si proiectiile financiare).

Astazi esti evaluatorul acestui Plan de Afaceri! Ce decizie iei: il finantezi sau nu il finantezi?

Motiveaza colegilor decizia ta!





UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferență!



Instrumente Structurale
2014-2020

Sunt atât de multe lucruri în
Internet!

Un video care vă poate ajuta:

Planul dvs. de afaceri pas-cu-
pas

Press play button



<https://youtu.be/YYpDOu4PgCW>

Cum fac un plan de afaceri?

1. DEFINESTE viziunea ta:

Pentru a ști exact ceea ce doriți să obțineți cu afacerea ta. Aceasta ajută la definirea misiunea.

2. STABILESTE obiectivele pentru afacere:

1.Obiective pe termen scurt: 12 luni

2.obiective pe termen mediu: 2 la 3 ani

3.Obiective pe termen lung

4.În considerare toate aspectele:

5.Numărul de puncte de vânzare pe care doriți

6.Numărul de clienți ai nevoie în baza de date

7.Populațiile țintă

2/4



Există o rețetă pentru a dezvolta
un plan de afaceri ...

Planul de afaceri este un instrument de planificare ce are rolul de a oferi o mai mare vizibilitate asupra țelurilor și evoluției unei anumite afaceri căreia îi este dedicat.

2/4



Există o rețetă pentru a dezvolta
un plan de afaceri ...



Vreau sa cunosc totul despre
acest subiect...

Cum fac un plan de afaceri

3. DEFINESTE cine esti:

Despre tine, ce este diferit fata de ceilalti?

4. Cunoaste piața:

1. Concurenta dvs.

2. Ce serviciile pe care le oferă?

3. Care sunt tendințele actuale și viitoare ale industriei?

5. CUNOAȘTEREA CLIENTELEI (cea mai importantă parte a afacerii):

Ce clienții ideali ai avea?

6. Cerceteaza cerintele potentialilor clienti:

Află cererea, înainte de a investi într-o nouă afacere

3/4

Cum fac un plan de afaceri

7. Defineste obiectivele de marketing:

- Cum arata produsul?
- Cat va costa?
- Cum distribuiti produsul?
- Modurile în care se poate promova

8. Strategia de marketing:

Cât de multe produse trebuie să se producă și să se vândă?

La ce marja de profit?

Care va fi sistemul de livrare și zona de acoperire?

9. Acționează

4/4



Sa mergem mai departe...

Exercițiu:

Este timpul pentru un exercițiu:

Scriveți principalele elemente ale unui plan de afaceri.
Încercați să vă amintiți, dar dacă nu puteți, verifica link-urile din slide-urile anterioare.
Faceți o listă și, atunci când ați terminat, scrie un proiect pentru ideea ta de afaceri.
Trimite-l formatorului tau!

Pune pe hartie ceea ce ai deja în minte!



Exercițiu:

Pentru a doua activitate, vom lucra în grup:

Testați valoarea ideii de afaceri prezentand-o colegilor și scrieti comentariile și evaluările acestora.
Trimite rezultatele formatorului dumneavoastra.





UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferență!



Instrumente Structurale
2014-2020

INFO..

Video..

Cum sa scrii un Business Plan:

Press play button





UNIUNEA EUROPEANĂ



Exercițiu:

Este momentul pentru un exercițiu acum că ați înțeles de ce ai nevoie de un plan de afaceri:

Adunați informațiile de care aveți nevoie pentru a crea unul. Utilizați primul exercițiu și schema de mai sus pentru a completa datele.

Este timpul să ne suflecăm mânecile și de a lua totul organizat pe hârtie.

Să CREIONAM ideea ta!

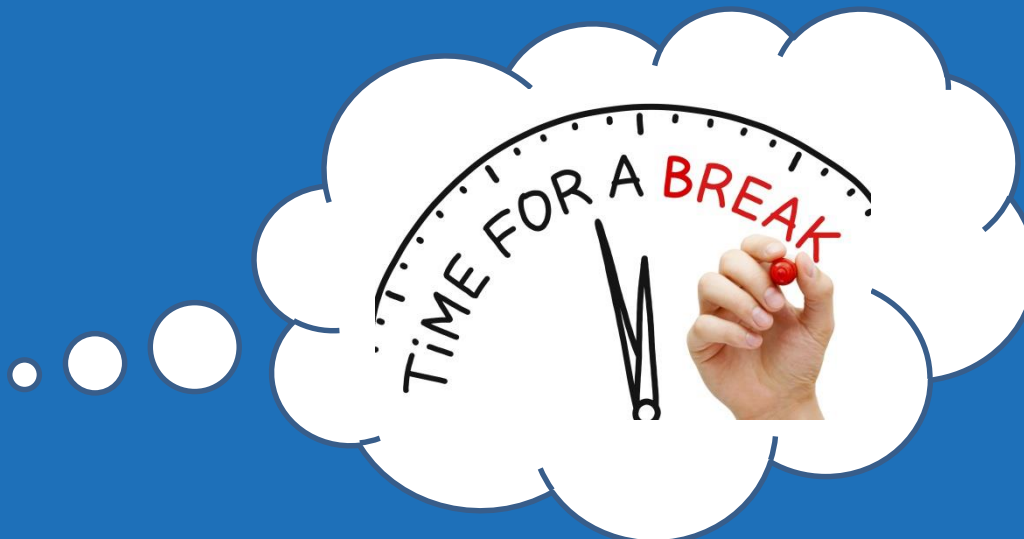




UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020





O idee buna este esentiala...

4. Prețul



Acum ne vom concentra pe
stabilirea prețului ...

Ce este prețul în economie?

Prețul este ceea ce plătește un cumpărător pentru o singură unitate (sau un lot) dintr-un anumit bun sau serviciu. Prețul este un reprezentant al valorii.

Care este teoria prețului?

Teoria prețului este o teorie care afirmă că prețul bunurilor și serviciilor este determinat de forțe economice precum cererea și oferta. Conform acestei teorii, relația dintre cerere și ofertă influențează prețul / dacă prețurile bunurilor și serviciilor vor crește sau vor scădea.



Acum ne vom concentra pe
stabilirea prețului ...

Cum funcționează teoria prețului?

- Teoria prețului este un studiu al modului în care forțele economice precum cererea și oferta afectează prețurile bunurilor și serviciilor de pe piață.
- Conform acestei teorii, prețul de piață optim pentru bunuri și servicii este atins atunci când cantitatea de bunuri oferite satisface cererile consumatorilor și când prețul oferit de consumatori satisface costurile marginale de producere a bunurilor și serviciilor.
- Condițiile și forțele pieței determină prețul optim al bunurilor și serviciilor, aceasta înseamnă că acest preț reacționează la piață. Cererea și oferta nu sunt statice, ele fluctuează în funcție de mai mulți factori și acest lucru afectează prețul bunurilor și serviciilor.



Acum ne vom concentra pe
stabilirea prețului ...

Relația: cerere-ofertă-preț

- Oferta și cererea sunt două forțe economice cruciale care nu pot fi îndepărtate de pe nicio piață.
- În timp ce oferta ne spune numărul sau cantitatea de bunuri și servicii disponibile pe piață, cererea reflectă dorințele consumatorilor de a cumpăra articolele disponibile.
- Atât oferta, cât și cererea pot fluctua din mai multe motive.
Ex: Oferta poate fi afectată de disponibilitatea materiilor prime, disponibilitatea forței de muncă necesare, muncitorii calificați etc.
Ex: Cererea poate fluctua ca urmare a modului în care produsele sunt accesibile pe piață, a valorii percepute de client a bunurilor disponibile, a calității mărfurilor și a altor produse concurente disponibile pe piață.

Relația: cerere-ofertă-preț

- Toți factorii de mai sus afectează prețul bunurilor și serviciilor disponibile pe piață.
- Echilibrul este atins doar atunci când numărul de bunuri furnizate îndeplinește numărul cerut de clienți.
- Prețul bunurilor afectează, de asemenea, cererea și oferta, de exemplu, dacă un produs este scump, mai puțini consumatori îl vor cere, ceea ce va cauza un exces de ofertă.



Acum ne vom concentra pe
stabilirea prețului ...



Acum ne vom concentra pe
stabilirea prețului ...

Cum să stabiliți prețul unui produs în 3 pași simpli

- Stabilirea prețului unui produs este una dintre deciziile de bază pe care le veți lua în calitate de administrator de afacere.
- Modelul de preț pe care îl alegeți afectează practic fiecare parte a afacerii dvs.
- Îți afectează și clienții. Sensibilitatea la prețuri este unul dintre factorii cheie în jurul opțiunilor de preț ale companiilor. Clienții sunt bine informați acum despre achizițiile lor și sunt sensibili la preț, deoarece doresc beneficii maxime pentru banii și timpul lor.



Acum ne vom concentra pe
stabilirea prețului ...

Cum să stabiliți prețul unui produs în 3 pași simpli

- De aceea, este prea ușor să rămâneți blocat în strategia de preț atunci când lansați o afacere sau un produs nou, dar este important să nu lăsați decizia să vă împiedice să vă lansați.
- Cele mai bune date de preț pe care le pot obține antreprenorii sunt de la lansarea și testarea cu clienți reali.
- Cercetarea de piață joacă, desigur, un rol, dar la sfârșitul zilei, prețurile dvs. trebuie să se bazeze pe ceea ce clienții dvs. sunt de fapt dispuși să plătească.
- Folosind o cercetare de piață amănunțită și înțelegerea clienților dvs. ideali, puteți ajunge la o strategie de preț și un preț final care funcționează pentru dvs.



Acum ne vom concentra pe
stabilirea prețului ...

Cum să stabiliți prețul unui produs în 3 pași simpli

- Prețurile afectează totul, de la finanțele afacerii dvs. până la poziționarea produsului pe piață.
- De asemenea, ia în considerare modul în care obțineți un profit vânzând pe site-urile de vânzare online.
- Este o decizie strategică cheie pe care trebuie să o iei pentru afacerea ta și poate fi la fel de mult o artă, pe cât este o știință.

Dar nu este o decizie pe care o poți lua o singură dată.

Cum să stabiliți prețul unui produs în 3 pași simpli

Strategia cost-plus preț

- Pentru a vă stabili primul preț, adunați toate costurile implicate în aducerea produsului pe piață, setați-vă marja de profit pe deasupra acestor cheltuieli.
- Cel mai important element al strategiei dvs. de prețuri este că trebuie să vă susțină afacerea. Prețul dvs. de vânzare trebuie să vă poată menține în afaceri.
- Dacă produsele sunt stabilite la un preț ridicat și clienții potențiali nu cumpără, veți pierde cota de piață. Dacă setați prețurile prea mici, veți vinde în pierdere sau la o marjă de profit nesustenabilă. Acest lucru face dificilă creșterea afacerii.



Acum ne vom concentra pe
stabilirea prețului ...



Acum ne vom concentra pe
stabilirea prețului ...

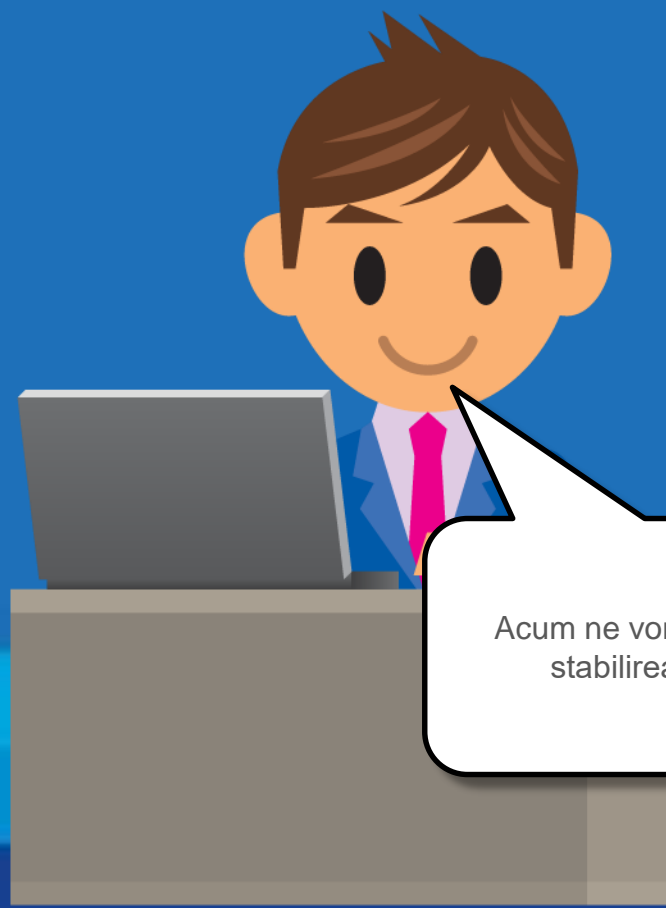
Cum să stabiliți prețul unui produs în 3 pași simpli *Strategia cost-plus preț*

- Desigur, uneori poate avea sens să vinzi un anumit produs la un preț mai mic dacă descoperiți că acest lucru crește valoarea de viață a clientului dvs., dar acest lucru ar trebui să fie întotdeauna făcut strategic.
- Există și alți factori importanți de luat în considerare, cum ar fi modul în care puneți prețul în raport cu concurenții dvs., tendințele consumatorilor și ce înseamnă diferite strategii de preț pentru afacerea dvs. și așteptările clienților dvs. Clienții dvs. existenți vă pot oferi, de asemenea, o perspectivă dacă puteți crește sau nu prețurile. Puteți începe să testați un preț mai mare pentru un segment mic de clienți existenți și să vedeți cum reacționează aceștia.

Cum să stabiliți prețul produsului

Există trei pași simpli pentru a calcula un preț sustenabil pentru produsul dvs.

1. Adunați costurile variabile (pe produs)
2. Adăugați o marjă de profit
3. Nu uitați de costurile fixe

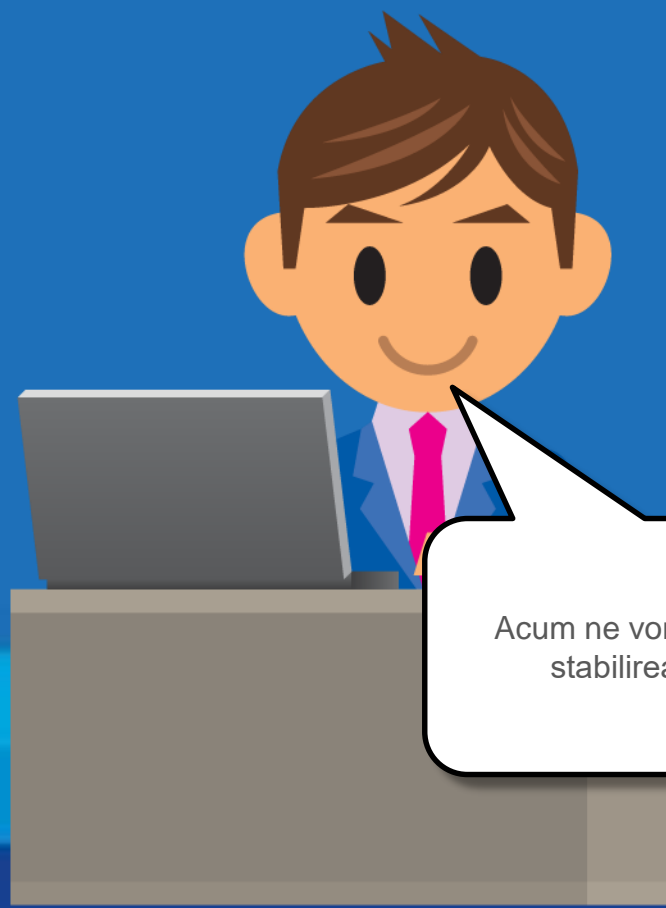


Acum ne vom concentra pe
stabilirea prețului ...

Cum să stabiliți prețul produsului

Există trei pași simpli pentru a calcula un preț sustenabil pentru produsul dvs.

1. Adunați costurile variabile (pe produs)
2. Adăugați o marjă de profit
3. Nu uitați de costurile fixe



Acum ne vom concentra pe
stabilirea prețului ...



Acum ne vom concentra pe
stabilirea prețului ...

1. Adunați costurile variabile (pe produs)

O strategie de preț eficientă se rezumă la înțelegerea costurilor dvs.

a) Dacă comandați produse, veți avea un răspuns simplu cu privire la cât vă costă fiecare unitate, care este costul mărfurilor vândute.

b) Dacă vă faceți produsele, va trebui să săpați puțin mai adânc și să vă uitați la un pachet de materii prime, costurile cu forța de muncă și costurile generale.

Cât costă acel pachet și câte produse poți crea din el? Aceasta vă va oferi o estimare aproximativă a costului mărfurilor vândute pe articol.



Acum ne vom concentra pe
stabilirea prețului ...

1. Adunați costurile variabile (pe produs)

Cu toate acestea, nu trebuie să uitați că **timpul** pe care îl petreceți afacerii dvs. este valoros. Pentru a stabili prețul pentru timpul dvs., setați un tarif orar pe care doriți să îl câștigați din afacerea dvs. și apoi împărțiți-l la câte produse puteți face în acel timp. Pentru a stabili un preț sustenabil, asigurați-vă că includeți costul timpului dvs. ca cost variabil al produsului.

La sfârșitul zilei, prețul pe care îl alegeți ar trebui să fie cel pe care clienții țintă îl vor plăti în mod constant. Cercetarea de piață joacă un rol esențial în pasul tău. Este important să știi cât de mult sunt dispuși să plătească clienții tăi înainte de a te îndrepta către concurența ta.



Acum ne vom concentra pe
stabilirea prețului ...

1. Adunați costurile variabile (pe produs)

Costul mărfurilor vândute 3,25 lei

Timp de producție 2,00 lei

Ambalare 1,78 lei

Materiale promoționale 0,75 lei

Livrare 4,50 lei

Comisioane pentru afiliați 2,00 lei

Cost total per produs 14,28 lei

În acest exemplu, costul total per produs este de 14,28 lei.



Acum ne vom concentra pe
stabilirea prețului ...

2. Luați în considerare marja de profit

Odată ce ați obținut un număr total pentru costurile variabile pe produs vândut, este timpul să adăugați profit în preț. Să presupunem că doriți să câștigați o marjă de profit de 20% pe produsele dvs., pe lângă costurile variabile.

Când alegeți acest procent, este important să vă amintiți două lucruri:

1. Nu ați inclus încă costurile fixe, așa că veți avea costuri de acoperit dincolo de costurile variabile.
2. Trebuie să luați în considerare piața generală și să vă asigurați că intervalul de prețuri se încadrează în continuare în prețul „acceptabil” general pentru piața dvs. Dacă ai un preț dublu față de prețul tuturor concurenților tăi, s-ar putea să descoperi că vânzările devin *provocatoare*, în funcție de categoria ta de produs.

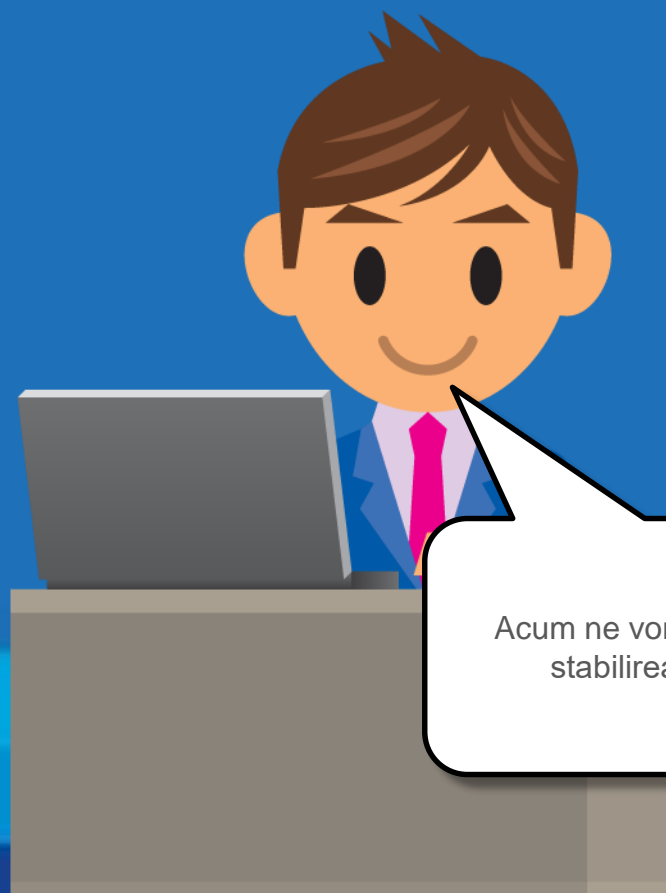
2. Luați în considerare marja de profit

Odată ce sunteți gata să calculați un preț, luați costurile variabile totale și împărțiți-le la 1 minus marja de profit dorită, exprimată în zecimală.

Exemplu:

Pentru o marjă de profit de 20%, aceasta este 0,2, așa că ați împărți costurile variabile la $1 - 0,2 = 0,8$.

În acest caz, acesta vă oferă un preț de bază de 14,28 lei / 0,8 = 17,85 lei pentru produsul dvs., pe care îl puteți rotunji la 18 lei.



Acum ne vom concentra pe
stabilirea prețului ...



Acum ne vom concentra pe
stabilirea prețului ...

2. Luați în considerare marja de profit

Odată ce sunteți gata să calculați un preț, luați costurile variabile totale și împărțiți-le la 1 minus marja de profit dorită, exprimată în zecimală.

Preț țintă = (cost variabil pe produs) / (1 - marja de profit dorită ca zecimală)

Exemplu:

Pentru o marjă de profit de 20%, aceasta este 0,2, așa că ați împărți costurile variabile la $1 - 0,2 = 0,8$.

În acest caz, acesta vă oferă un preț de bază de 14,28 lei / $0,8 = 17,85$ lei pentru produsul dvs., pe care îl puteți rotunji la 18 lei.

3. Nu uitați de costurile fixe

Costurile variabile nu sunt singurele tale costuri.

Costurile fixe sunt cheltuielile pe care le-ați plăti indiferent de situație și rămân aceleași indiferent dacă vindeți 10 produse sau 1.000 de produse.

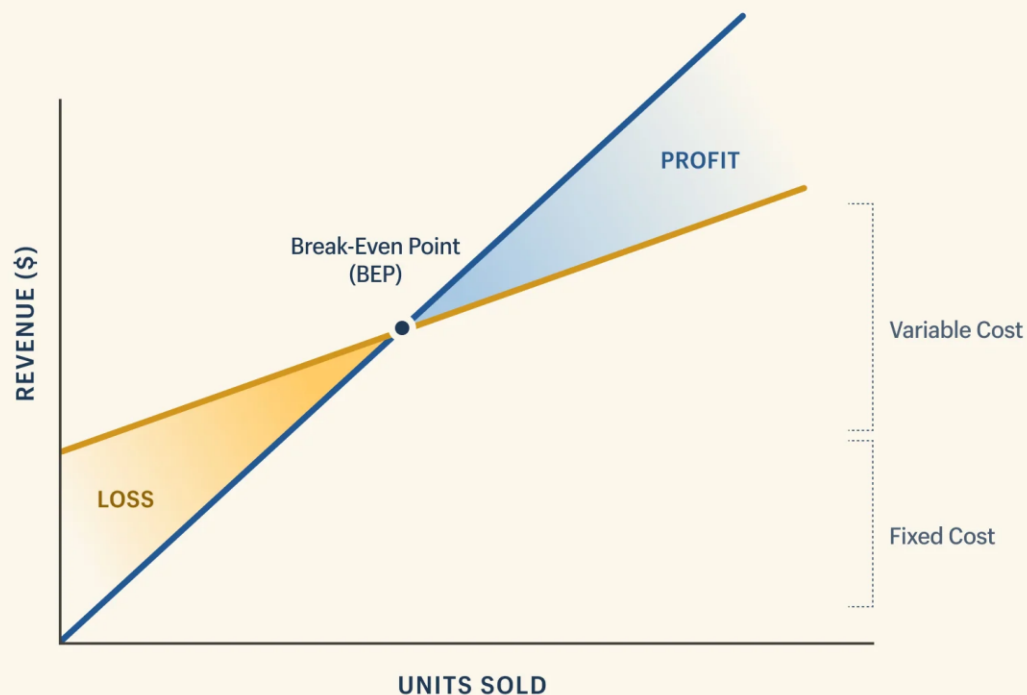
Sunt o parte importantă a conducerii afacerii dvs., iar scopul este ca acestea să fie acoperite și de vânzările de produse.

Când alegeți un preț pe unitate, poate fi dificil să vă dați seama cum se încadrează costurile dvs. fixe, motiv pentru care testarea diferitelor puncte de preț este esențială.



Acum ne vom concentra pe
stabilirea prețului ...

Break-Even Analysis



● Cost ● Revenue

Analiza pragului de rentabilitate

Pentru a înțelege pe deplin analiza pragului de rentabilitate pentru afacerea dvs., ar trebui să fiți conștienți de costurile fixe și variabile.

Costuri fixe: cheltuieli care rămân aceleași indiferent de cât de mult vindeți.

Costuri variabile: cheltuieli care fluctuează în sus și în jos cu volumul producției sau vânzărilor.

pragul de rentabilitate = cost fix / (preț mediu de vânzare - costuri variabile)

$$v = \frac{CV}{CA}$$

$$CA_{prag} = CV + CF$$

$$CA_{prag} = v \times CA + CF$$

$$(1 - v) \times CA_{prag} = CF$$

$$CA_{prag} = \frac{CF}{1 - v}$$

Determinarea pragului de rentabilitate se poate realiza astfel:

unde:

v – ponderea cheltuielilor variabile în cifra de afaceri.

unde:


CA_{prag} – cifra de afaceri minimă care acoperă costurile totale (prag de rentabilitate).

CONCLUZIE

Nu lăsați teama de a alege prețul „greșit” să vă împiedice să vă lansați produsul/serviciul.

Deciziile de stabilire a prețurilor vor evolua întotdeauna odată cu afacerea dvs. și, atâta timp cât prețul vă acoperă cheltuielile și oferă un anumit profit, puteți testa și ajusta pe măsură ce mergeți.

Efectuați o comparație de preț pentru a vedea cum se compară strategiile dvs. față de produse similare.



Acum ne vom concentra pe
stabilirea prețului ...